

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Смоленский филиал Финуниверситета

Кафедра «Экономика и менеджмент»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ТАМОЖЕННОЙ СТОИМОСТИ И
ТРАНСФЕРТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ
ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ**

для проведения процедуры контроля остаточных знаний и диагностических работ

специальность: 38.05.02 Таможенное дело

направленность: «Внешняя торговля, таможенное и валютное
регулирование»

очная форма обучения

*Одобрено на заседании кафедры «Экономика и менеджмент»
(протокол от 21 февраля 2024 г. №02)*

Смоленск
2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Кодификатор фонда оценочных средств	3
2. Оценочные материалы	3
3. Примерные критерии оценивания	8
4. Ключ (правильные ответы)	9

1. Кодификатор фонда оценочных средств

Наименование учебной дисциплины: «Ценообразование таможенной стоимости и трансфертное ценообразование во внешней торговле»

Планируемые результаты освоения учебной дисциплины:

ПК-9 Способен выявлять, идентифицировать и квалифицировать основные риски внешнеторговой организации, оценивать их влияние на риски искажения финансовой информации и таможенной стоимости товаров, перемещаемых через таможенную границу

ПК-2 Способен применять методы определения таможенной стоимости, исчисления таможенных платежей, налогов и сборов, контроля правильности их исчисления, полноты и своевременности уплаты, а также осуществлять их взыскание и возврат

2. Оценочные материалы

1. *Сущность цены, проявляющаяся в распределении и перераспределении доходов, а также в перераспределении вновь созданной стоимости, отражается в функции.*

2. *Полная себестоимость продукции включает в себя:*

- а) амортизацию,
- б) акциз,
- в) торговую надбавку,
- г) все косвенные налоги.

3. *Оптовая цена предприятия без НДС включает:*

- а) себестоимость продукции,
- б) прибыль производителя,
- в) снабженческо-сбытовую надбавку,
- г) затраты розничного продавца.

4. *Снабженческо-сбытовая надбавка включает:*

- а) производственную себестоимость;
- б) полную себестоимость;
- в) расходы по закупке, хранению, комплектации;
- г) прибыль снабженческо-сбытовых организаций.

5. *В цеховую себестоимость не включается:*

- а) топливо и энергия,
- б) полуфабрикаты;
- в) коммерческие расходы.

6. *В производственную себестоимость включается:*

- а) коммерческие расходы,
- б) цеховая себестоимость,
- в) расходы на содержание склада.

7. *Зона «мечта менеджера» соответствует ситуации:*

- а) если предприятие снижает цену, которая была выше оптимальной,
- б) если предприятие повышает цену, которая была ниже оптимальной,
- в) цена, и так слишком высокая, повышается еще больше.

8. *Зона «выбора» соответствует ситуации:*

- а) объем продаж и объем прибыли уменьшаются,
- б) объем продаж уменьшается, а объем прибыли увеличивается,
- в) объем продаж и объем прибыли увеличиваются.

9. *Зона «кошмарный сон менеджера» возникает, если:*

- а) предприятие снижает цену, которая была выше оптимальной,
- б) предприятие повышает цену, которая была ниже оптимальной,
- в) цена, и так слишком высокая, повышается еще больше.

10. *Общие принципы, которых компания собирается придерживаться в сфере установления цен на свои товары или услуги – это политика.....*

11. *Стратегия цен представляет собой:*

- а) общие принципы, которых компания собирается придерживаться в сфере установления цен на свои товары или услуги,
- б) способы и формы реализации общих принципов ценообразования на достаточно длительную перспективу,
- в) особые предпринимаемые фирмой практические действия и меры по управлению ценообразованием, набор методов, направленных на решение стратегических задач в пределах более коротких отрезков времени.

12. *Тактика цен представляет собой:*

- а) общие принципы, которых компания собирается придерживаться в сфере установления цен на свои товары или услуги,
- б) способы и формы реализации общих принципов ценообразования на достаточно длительную перспективу,
- в) особые предпринимаемые фирмой практические действия и меры по управлению ценообразованием, набор методов, направленных на решение

стратегических задач в пределах более коротких отрезков времени.

13. Если цена не является важной частью политики предприятия и ценообразование основывается на установлении цен строго на основе затратного метода или только под влиянием ценовых решений конкурентов, или фирма, опасаясь реакции конкурентов на изменение собственных цен, часто следует за лидером и соглашается со своей долей рынка в текущем периоде, та такая политика цен являетсяполитикой цен.

14. При выработке активной ценовой политики менеджер должен задавать себе вопрос:

а) Какие затраты мы можем себе позволить, чтобы заработать прибыль при тех рыночных ценах, которых мы можем добиться?

б) Какую цену необходимо установить, чтобы покрыть затраты и получить хорошую прибыль?

в) Какую цену готов будет заплатить за этот товар покупатель?

15. Преимуществами затратного ценообразования является то, что:

а) величину средних издержек, которая должна быть основой цены, невозможно часто определить до того как цена будет установлена и по данной цене фирма получит определенный объем продаж, исходя из закономерностей спроса,

б) подход опирается на бухгалтерские, а не на экономические издержки;

в) затратное ценообразование опирается на реально доступные данные, не нужны исследования рынка или опросы покупателей, поэтому решения о ценах можно осуществлять быстро.

16. Базисное условие цены FCA предполагает сдачу товара:

а) в порту назначения

б) в порту отправления

в) первому перевозчику в поименованном пункте

г) экспедитору в поименованном пункте

17. Более высокую цену можно установить, если спрос

18. В группу условий совершенной конкуренции входит условие:

а) имеется много продавцов и покупателей и каждый из них производит лишь малую долю всего объема этого товара

б) информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна

в) отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль для нового производителя и нет препятствия для выхода их из отрасли

г) товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателя

19. В какую сторону цена может отклоняться от стоимости:

- а) цена всегда выше стоимости
- б) цена всегда равна стоимости
- в) цена может быть выше или ниже стоимости
- г) цена не может отклоняться от стоимости ни при каких условиях

20. *Виды цен в зависимости от территории действия:*

- а) гибкие
- б) единые
- в) зональные
- г) контрактные
- д) местные
- е) рыночные
- ж) справочные

21. *Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами функции*

22. *Государство устанавливает нижний лимит цен для ...*

- а) обеспечения необходимой прибыли организациям
- б) решения социальных вопросов
- в) стимулирования инновационной деятельности
- г) фискальных целей

23. *Форма государственного контроля за ценами на продукцию организаций-монополистов – это*

24. *Зависимость свободной розничной цены от косвенных налогов:*

- а) зависимость равна 1
- б) обратно пропорциональная
- в) прямо пропорциональная
- г) такой зависимости не прослеживается

25. *На рынке свободной конкуренции организация придерживается:*

- а) адаптивной политики цен
- б) маркетингового ценообразования
- в) политики доминирующего лидерства
- г) политики приспособления к ведущим конкурентам

26. *Недостатки методов затратного ценообразования:*

- а) игнорирование информации о поведении конкурентов
- б) игнорирование информации о поведении покупателей
- в) недостоверность исходных данных
- г) сложность сбора информации

27. *Целью трансфертного ценообразования является:*

- а) оптимизация налогообложения организации;
- б) совершенствование организационной структуры предприятия;
- в) оценка результатов деятельности центра ответственности;
- г) стимулирование менеджеров организации к принятию эффективных управленческих решений.

28. *Какими из методов осуществляется государственное регулирование в сфере ценообразования:*

- а) замораживанием цен,
- б) регулированием цен на ресурсы и сырье,
- в) налоговой политикой в сфере ценообразования,
- г) определением перечня продукции и услуг, подлежащих государственному регулированию, в т.ч. и монополизацией,
- д) установлением предельных уровней цен и тарифов, а также торговых надбавок (скидок).

29. *Какие из факторов влияют на установление цены:*

- а) валовый доход предприятия,
- б) имидж предприятия,
- в) место расположения предприятия,
- г) ассортимент,
- д) ценовые скидки.

30. *На каком этапе выработки промышленной стратегии большее внимание уделяется соотношению цены и качества продукции:*

- а) оценки спроса,
- б) установления целей ценообразования,
- в) учета факторов, влияющих на установление цены,
- г) изучении цен на продукты конкурентов.

3. Примерные критерии оценивания

Критерии оценки знаний при проведении устного/письменного опроса (зачет/экзамен)

Оценка «**отлично**» – выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов дисциплины.

Оценка «**хорошо**» – выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, но допускает в ответе некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Оценка «**удовлетворительно**» – выставляется обучающемуся, показавшему

фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Оценка **«неудовлетворительно»** – выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий.

Критерии оценки знаний при решении задач

Оценка **«отлично»** – выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов дисциплины и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Оценка **«хорошо»** – выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Оценка **«удовлетворительно»** – выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Оценка **«неудовлетворительно»** – выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий, не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.

4. Ключ (правильные ответы)

1. Ответ: перераспределительной
2. Ответ: а
3. Ответ: а, б
4. Ответ: в, г
5. Ответ: в
6. Ответ: б, в
7. Ответ: а
8. Ответ: б
9. Ответ: в
10. Ответ: цен
11. Ответ: б
12. Ответ: в

13. Ответ: пассивной
14. Ответ: б
15. Ответ: в
16. Ответ: г
17. Ответ: неэластичный
18. Ответ: а
19. Ответ: в
20. Ответ: б, д
21. Ответ: регулирования
22. Ответ: б
23. Ответ: декларирование цен
24. Ответ: в
25. Ответ: а
26. Ответ: а
27. Ответ: г
28. Ответ: а, г, д
29. Ответ: б, г, д
30. Ответ: б