

**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финуниверситет)**

Калужский филиал Финуниверситета

Кафедра «Экономика, финансы и гуманитарные дисциплины»

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор Калужского филиала
Финуниверситета



В.А. Матчинов

30 июня 2025 г.

Витютина Татьяна Алексеевна

ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
38.03.01 – Экономика,
образовательная программа «Экономика и финансы»,
(очная и очно-заочная формы обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Калужского филиала Финуниверситета
(протокол № 30 от 30.06.2025 г.)*

Одобрено кафедрой «Экономика, финансы и гуманитарные дисциплины»
Калужского филиала Финуниверситета
(протокол № 08 от 20 мая 2025 г.)


КАЛУГА 2025

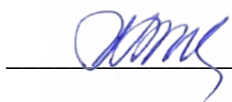
Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины «Цены и ценообразование» студентам, обучающимся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», образовательная программа «Экономика и финансы» (очная и очно-заочная формы обучения).

В рабочей программе излагаются планируемые результаты освоения дисциплины, содержание дисциплины, тематика и содержание семинаров и практических занятий, технологии их проведения. В рабочей программе дисциплины приводится перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся, фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся, перечень основной и дополнительной литературы, а также ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель директора
по учебно-методической работе  /Орловцева О.М./
«30» июня 2025 г.

Начальник учебно-методического отдела  /Толстикова В.С./
«30» июня 2025 г.

Заведующий кафедрой «Экономика,
финансы и гуманитарные дисциплины»  /Орловцева О.М./
«30» июня 2025 г.

Оглавление

1. Наименование дисциплины.....	4
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	7
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	7
5.1 Содержание дисциплины	7
Тема 4. Ценность товара как фактор формирования его цены.....	8
Понятие и процедура определение экономической ценности товара. Экономический выигрыш покупателя. Премия за репутацию. Скидка за неизвестность. Этапы управления ценностью товара. Ценообразование с учетом ценности товара. Факторы чувствительности покупателей к уровню цен. Методы проведения опроса покупателей. Виды опроса покупателей. Ценовые эксперименты. Имитируемые покупки.	8
5.2 Учебно-тематический план	10
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	13
6.2 Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	14
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	17
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	27
8.1. Нормативные акты	27
8.2. Основная литература	28
8.3. Дополнительная литература.....	28
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	29
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	29
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	31
11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения	31
11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	31
11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации	31
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	32

1. Наименование дисциплины

Дисциплина «Цены и ценообразование» имеет порядковый номер Б 1.2.2.1.6 по направлению подготовки 38.03.01 – Экономика, образовательная программа «Экономика и финансы» (Финансы и кредит) (очная и очно-заочная формы обучения).

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 1 - Структура планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ПКН - 2	Способность на основе существующих методик, нормативно-правовой базы рассчитывать финансово-экономические показатели, анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро и макро уровне.	1. Применяет нормативно-правовую базу, регламентирующую порядок расчета финансово-экономических показателей.	Знания: Прямые и косвенные методы регулирования цен, особенности регулирования цен в торговле России, законы, регулирующие цены в России. Умения: Грамотно использовать нормативные акты по регулированию деятельности естественных монополий, торговли, антимонопольное законодательство для эффективной деятельности конкретной организации в России.
		2. Производит расчет финансово-экономических показателей на макро-, мезо- и микроуровнях.	Знания: Расчета скидок покупателям товара в зависимости от сегмента рынка; Умения: Установления цены товара для различных групп покупателей.
		3. Анализирует и раскрывает природу экономических процессов на основе полученных финансово-экономических показателей на макро-, мезо- и микроуровнях.	Знания: Основные теории экономической мысли в их эволюции, Умения: Использовать методы ценообразования при установлении цены на товар, выбрать стратегию и тактику ценообразования.

ПКП - 4	Способность рассчитывать, анализировать и интерпретировать информацию, необходимую для выявления тенденций в функционировании и развитии и финансового сектора и хозяйствующих субъектов	1. Решает проектные и финансово-экономические задачи в профессиональной деятельности.	Знания: Содержания анализа цен аналогичных товаров фирм-конкурентов; Умения: Выбирать ценовую политику, определить тактику для реализации продукции на внутреннем и внешнем рынке с учетом подходов и методов ценообразования
		2. Демонстрирует владение отдельными инструментами и методами финтеха для решения профессиональных задач на макро-и макроуровне, в том числе, на уровне финансового риска.	Знания: Основы калькулирования себестоимости продукции; Умения: Определять и рассчитывать цену различными способами и методами.
УК - 10	Способность осуществлять поиск, критически анализировать, обобщать и систематизировать информацию, использовать системный подход для решения поставленных задач	1. Четко описывает состав и структуру требуемых данных и информации, грамотно реализует процессы их сбора, обработки и интерпретации	Знания: Источники экономической информации в части ценообразования и государственного регулирования цен. Умения: Определять покупательское восприятие при назначении цен на продукцию, подлежащую сбыту.
		2. Обосновывает сущность происходящего, выявляет закономерности, понимает природу вариабельности	Знания: Порядка расчета цен в отдельных отраслях экономики. Умения: Оценивать эффективность ценовой политики фирмы.
		3. Формулирует признак классификации, выделяет соответствующие ему группы однородных «объектов», идентифицирует общие свойства элементов этих групп, оценивает полноту результатов классификации, показывает прикладное назначение классификационных групп.	Знания: Ценообразования в электронной торговле. Умения: Управлять брендами товаров фирмы;

		4. Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности.	Знания: Системы цен, видов цен; подходов и методов ценообразования. Умения: Ориентироваться в ценообразовании на различных типах рынка.
		5. Аргументированно и логично представляет свою точку зрения посредством и на основе системного описания.	Знания: Видов мировых цен, порядка расчёта цен на экспортируемую и импортируемую продукцию. Умения: Использовать психологические аспекты ценообразования при установлении цены на продукцию.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б 1.2.2.1.6 «Цены и ценообразование» входит в профиль «Финансы и кредит» Б 1.2.2. основной образовательной программы учебного плана для направления подготовки 38.03.01 – Экономика, образовательные программы «Экономика и финансы» (Финансы и кредит) (очная и очно-заочная формы обучения).

4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Таблица 2. Объем дисциплины для направления подготовки 38.03.01 – Экономика, образовательная программа «Экономика и финансы» (Финансы и кредит) для очной / очно-заочной формам обучения набора 2025г.

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 6/ 6 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	180 (5 з/е) /180 (5 з/е)	180 / 180
<i>Контактная работа - Аудиторные занятия</i>	68 / 50	68 / 50
<i>Лекции (Л)</i>	34 / 16	34 / 16
<i>Семинарские занятия (СЗ)</i>	34 / 34	34 / 34
Самостоятельная работа	112 / 130	112 / 130
Вид текущего контроля	Домашнее творческое задание	Домашнее творческое задание
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	экзамен

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1 Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие, функции и классификация цен

Понятие цены в теории трудовой стоимости и в теории предельной полезности. Краткая история цен в теоретических мыслях и последовательности развития экономики.

Отличие рыночного ценообразования от планового. Функции цены: учетная, стимулирующая, распределительная, сбалансирования спроса и предложения, как критерия рационального размещения производства. Факторы, способствующие снижению и повышению цен. Принципы ценообразования: научность, целевая направленность, непрерывность процесса ценообразования, единство процесса ценообразования и контроля.

Взаимодействие цены и спроса, цены и предложения. Сбалансированность спроса и предложения.

Система цен в современной экономике. Классификация цен: в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения; в зависимости от степени регулирования; по способу установления и фиксации; в зависимости от степени новизны товара; по обслуживанию внешнеторгового оборота; по использованию в учете и статистике.

Договорное ценообразование. Порядок изменения цены договора. Цена в договоре купли-продажи товара, в договоре подряда, в договоре продажи недвижимости, в договоре о продаже товара в кредит.

История ценообразования в России.

Тема 2. Затраты и их роль в формировании цены

Понятие издержек. Переменные и постоянные издержки. Валовые или совокупные издержки. Средние валовые издержки. Предельные или маржинальные издержки. Бухгалтерские и экономические (предпринимательские) издержки. Неявные издержки.

Затраты предприятия (организации). Прямые и косвенные затраты. Классификация затрат по экономическим элементам и статьям калькуляции.

Калькуляция себестоимости продукции. Методы калькулирования себестоимости: метод полных издержек; метод нормативных издержек; метод прямых (сокращенных) издержек. Резервы снижения себестоимости продукции.

Тема 3. Методы ценообразования

Методы ценообразования. Затратные методы: полных издержек, прямых издержек, метод учета рентабельности инвестиций, метод анализа безубыточности. Рыночные методы ценообразования: с ориентацией на потребителя, с ориентацией на конкурентов. Параметрические методы: балловый, метод удельных показателей, метод регрессионного анализа.

Тема 4. Ценность товара как фактор формирования его цены

Понятие и процедура определение экономической ценности товара. Экономический выигрыш покупателя. Премия за репутацию. Скидка за неизвестность. Этапы управления ценностью товара. Ценообразование с учетом ценности товара. Факторы чувствительности покупателей к уровню цен. Методы проведения опроса покупателей. Виды опроса покупателей. Ценовые эксперименты. Имитируемые покупки.

Тема 5. Ценовая политика и ценовые стратегии организации

Понятие ценовой политики. Стратегические и тактические аспекты ценовой политики. Цели ценовой политики: обеспечение сбыта, максимизация прибыли, удержание рынка. Этапы процесса разработки и реализации ценовой политики.

Виды ценовой политики фирмы: политика цен жизненного цикла товара; политика цен на новые изделия; тактика компенсационного ценообразования; тактика отвлечения; тактика приманки; тактика премии; тактика выравнивания цен; тактика финансирования.

Система скидок в ценообразовании: скидка за платеж наличными средствами, за объем товара, функциональная скидка, дилерская скидка, экспортная скидка, скидка при продаже оборудования, бывшего в употреблении, товарообменный зачет. Надбавки в ценообразовании.

Особенности ценообразования на различных типах рынка: в условиях чистой конкуренции, монополистической конкуренции, олигополистической конкуренции, чистой монополии.

Ценовая информация и её роль в ценовой политике. Информация о конкурентах, рынке товара, о производстве, затратах, выручке от реализации и прибыли.

Понятие стратегии ценообразования. Этапы сбора информации для разработки ценовой стратегии.

Классификация стратегий ценообразования в зависимости от уровня цен (стратегия высоких, средних и низких цен); в зависимости от рынков, их сегментов и покупателей (стратегия дифференцированных цен, льготных цен, дискриминационных цен); в зависимости от степени гибкости цен (стратегия единых, цен, гибких цен, стабильных цен, меняющихся цен, ценового лидерства, конкурентных цен, психологических цен, «престижных цен», цен массовых закупок). Признаки плохого функционирования ценовых стратегий.

Тема 6. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений

Модели поведения потребителей. Особенности восприятия цены покупателем. Стадии принятия решения о покупке (осознание потребности в покупке, поиск информации о товаре, предпокупочная оценка альтернатив, покупка, потребление товара, послепокупочная оценка альтернатив, избавление от товара). Ценовые и неценовые стимулы для покупателей.

Тема 7. Государственное регулирование цен

Необходимость регулирования цен государством. Органы, осуществляющие регулирование цен. Цели ценовой политики государства.

Методы государственного регулирования цен. Прямое регулирование цен: общее замораживание цен, установление фиксированных цен и тарифов, установление предельного норматива рентабельности, установление предельного уровня цены, установление фиксированных или предельных размеров оптовых и торговых надбавок, декларирование отпускных или оптовых цен на отдельные виды продукции. Косвенное регулирование цен: изменение величины затрат, включаемых в себестоимость продукции, государственные закупки, льготное кредитование, субсидирование и дотирование из бюджета, денежно-кредитная политика, регулирование валютного курса, экспортно-импортных пошлин и квот, норм амортизации.

Государственное регулирование цен в России. Виды продукции и услуг, цены на которые регулируются федеральными и региональными органами власти. Законы, регулирующие цены в России.

Регулирование цен в торговле России. Регулирование цен на «отдельные виды социально значимых продовольственных товаров». Понятие торговой сети. Дискриминационные условия, которые запрещено навязывать контрагенту. Обязательные для торговых сетей сроки оплаты продовольственных товаров. Максимальный размер вознаграждения торговой организации. Ограничение доли торговой сети в объеме всех реализованных продовольственных товаров в субъектах РФ и в городах федерального значения. Ответственность за нарушение порядка ценообразования в торговле.

Антимонопольное регулирование цен в России. Наиболее типичные нарушения антимонопольного законодательства. Признаки выявления монопольно высокой цены. Правила определения монопольно высокой цены. Меры наказания фирм монополистов за нарушение порядка ценообразования.

Понятие естественной монополии. Сфера регулирования естественных монополий. Методы регулирования естественных монополий. Меры экономического и административного воздействия, применяемые к ним. Регулирование цен в зарубежных странах (в США, Германии, Франции, Швеции, Австрии, Японии).

Тема 8. Цены, финансы, налоги, их взаимосвязь и взаимовлияние

Взаимосвязь цен и финансов. Цены и кредитные отношения. Взаимосвязь кредита и ценообразования в регулировании движения денежных средств. Цена кредита и учетные ставки. Факторы, влияющие на уровень процентных ставок.

Взаимосвязь цен и налогов. Группы налогов: входящие в себестоимость продукции, ограничивающие прибыль организации, являющиеся надбавкой к цене. Влияние налогов на уровень цен. Доля налогов в цене продукции.

Принципы определения цены для целей налогообложения. Понятие цены реализации в Налоговом кодексе. Порядок осуществления контроля за полнотой уплаты налогов налоговыми органами.

Тема 9. Цены и ценообразование во внешнеэкономической деятельности

Цены мирового рынка и внешнеторговые цены. Публикуемые и расчётные цены.

Определение таможенной стоимости товара. Методы определения таможенной стоимости товара: по цене сделки с ввозимыми товарами, по цене сделки с идентичными товарами, по цене

сделки с однородными товарами, оценка на основе вычитания стоимости, оценка на основе сложения стоимости, резервный метод.

Формирование цен на экспортируемую и импортируемую продукцию. Нижний и верхний предел цены при экспорте. Ценовые поправки. Расчётный уровень цены при импорте.

Роль базисных условий поставки продукции для внешнеторгового ценообразования. Стандартные торговые условия «Инкотермс», действующие в настоящее время в редакции 2020г.

Тема 10. Ценообразование и электронная торговля

Принципы функционирования интернет-торговли. Классификация услуг интернет-торговли. Затраты на содержание электронного магазина. Стратегии ценообразования, используемые в электронной торговле. Этапы эффективной тактики ценообразования. Психология и ценообразование в электронной торговле. Автоматизация мониторинга цен. Паралич выбора в интернет-торговле. Цена-приманка и её влияние на продажи товаров.

5.2 Учебно-тематический план

Таблица 4. Учебно-тематический план для очной / очно-заочной формам обучения по направлению подготовки 38.03.01 – Экономика, образовательная программа «Экономика и финансы» (Финансы и кредит) набора 2025г.

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоёмкость в часах					Формы теку- щего контроля успеваемости
		Все го	Аудиторная работа			Само- стоя- тель-ная работа	
			Об- щая, т.ч.	Лек ции	Семи нары		
1	2	3	4	5	6	8	9
1	Тема 1. Понятие, функ- ции и классификация цен	18/19	8/6	4/2	4/4	10/13	Доклады, тести- рование
2	Тема 2. Затраты и их роль в формировании цены	18/18	8/5	4/1	4/4	10/13	Опрос, решение задач
3	Тема 3. Методы цено- образования	16/19	6/6	2/2	4/4	10/13	Решение задач
4.	Тема 4. Ценность то- вара как фактор форми- рования его цены	16/17	6/4	4/2	2/2	10/13	Ситуационный анализ
4.	Тема 5. Ценовая поли- тика и ценовые страте- гии организации	20/18	8/5	4/1	4/4	12/13	Доклады с пре- зентациями, дискуссия
6	Тема 6. Психологиче- ские аспекты ценообра- зования и основы при- нятия ценовых реше- ний	16/16	4/3	2/1	2/2	12/13	Опрос, доклады с презентациями
7	Тема 7. Государствен- ное регулирование цен	20/19	8/6	4/2	4/4	12/13	Доклады с пре- зентациями, дискуссия
8	Тема 8. Цены, финансы, налоги, их взаимосвязь и взаимовлияние	16/16	4/3	2/1	2/2	12/13	Решение задач
9.	Тема 9. Цены и ценооб-	20/19	8/6	4/2	4/4	12/13	Решение задач

	разование во внешне-экономической деятельности						
10.	Тема 10. Ценообразование и электронная торговля	20/19	8/6	4/2	4/4	12/13	Опрос, доклады
	В целом по дисциплине	180/180	68/50	34/16	34/34	112/130	Согласно учебному плану
	ИТОГО	180/180	68/50	34	34/34	112/130	экзамен

5.3 Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 5

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9	Форма проведения занятия
1. Понятие, функции и классификация цен	1. Понятие и функции цены. Факторы, влияющие на образование цен. 2. Взаимосвязь цены и спроса, цены и предложения. 3. Система цен в современной экономике. Виды цен. 4. Договорное ценообразование. Методы определения договорной цены. Рекомендуемые источники (8.1: 1, 3; 8.2: 1; 8.3: 1, 2, 3)	Ответы на вопросы по теме. Презентации по теме. Дискуссия по теме.
2. Затраты и их роль в формировании цены	1. Классификация издержек. 2. Классификация затрат по экономическим элементам и статьям калькуляции. 3. Калькуляция себестоимости продукции Рекомендуемые источники (8.2: 1; 8.3: 1, 2, 3; 9: 2)	Ответы на вопросы по теме. Презентации по теме. Дискуссия по теме. Решение тестов и задач по теме.
3. Методы ценообразования	1. Затратные методы ценообразования 2. Рыночные методы ценообразования 3. Параметрические методы ценообразования Рекомендуемые источники (8.2: 1; 8.3: 1, 2, 3; 9: 2)	Ответы на вопросы по теме. Решение задач. Решение тестов по теме.
4. Ценность товара как фактор формирования его цены	1. Понятие и процедура определения экономической ценности товара 2. Факторы чувствительности покупателей к уровню цен 3. Методы проведения опроса покупателей Рекомендуемые источники (8.2: 1; 8.3: 1, 2, 3; 9: 1, 4)	Ответы на вопросы по теме. Решение задач. Решение тестов по теме.
5. Ценовая политика и ценовые стратегии организации	1. Понятие, цели, этапы и виды ценовой политики фирмы 2. Виды ценовой политики фирмы 3. Виды ценовых скидок и надбавок. Ценообразование на различных типах рынка	Ответы на вопросы по теме. Презентации по теме. Дискуссия по теме. Решение тестов и задач по теме.

	<p>4. Понятие стратегии ценообразования. Этапы сбора информации для разработки ценовой стратегии.</p> <p>5. Классификация стратегий ценообразования</p> <p>6. Признаки плохого функционирования ценовых стратегий.</p> <p>Рекомендуемые источники (8.2: 1; 8.3: 1, 2; 9: 1, 4)</p>	
6. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений	<p>1. Модели поведения потребителей. Особенности восприятия цены покупателем.</p> <p>2. Стадии принятия решения о покупке</p> <p>3. Ценовые и неценовые стимулы для покупателей.</p> <p>Рекомендуемые источники (8.2: 1; 8.3: 1, 2, 3)</p>	<p>Ответы на вопросы по теме. Презентации по теме.</p> <p>Дискуссия по теме.</p>
7. Государственное регулирование цен	<p>1. Необходимость государственного регулирования экономики и цен в условиях рынка</p> <p>2. Прямые и косвенные методы государственного регулирования цен</p> <p>3. Регулирование цен в России</p> <p>4. Антимонопольное регулирование цен в России</p> <p>5. Регулирование деятельности естественных монополий в России</p> <p>Рекомендуемые источники (8.1: 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16; 8.2: 1; 3; 8.3: 1, 2, 3)</p>	<p>Ответы на вопросы по теме. Презентации по теме.</p> <p>Дискуссия по теме.</p> <p>Решение тестов по теме.</p>
8. Цены, финансы, налоги, их взаимосвязь и взаимовлияние	<p>1. Взаимосвязь цен и финансов</p> <p>2. Цены и кредитные отношения</p> <p>3. Установление налогов и их влияние на уровень цен</p> <p>Рекомендуемые источники (8.1: 2; 8.2: 1; 8.3: 1, 2, 3; 9: 3)</p>	<p>Ответы на вопросы по теме. Дискуссия по теме.</p> <p>Решение тестов по теме.</p> <p>Решение задач по теме.</p>
9. Цены и ценообразование во внешнеэкономической деятельности	<p>1. Цены мирового рынка и внешнеторговые цены</p> <p>2. Определение таможенной стоимости товара</p> <p>3. Формирование цен на экспортируемую и импортируемую продукцию</p> <p>4. Роль базисных условий поставки продукции для внешнеторгового ценообразования</p> <p>Рекомендуемые источники (8.1: 2; 8.2: 1; 8.3: 1, 2; 9: 3)</p>	<p>Ответы на вопросы по теме. Решение тестов и задач по теме.</p>
10. Ценообразование и электронная торговля	<p>1. Принципы функционирования интернет-торговли</p> <p>2. Классификация услуг интернет-торговли</p> <p>3. Затраты на содержание электронного магазина</p> <p>4. Стратегии ценообразования, используемые в электронной торговле</p> <p>5. Этапы эффективной тактики ценообразования</p>	<p>Ответы на вопросы по теме. Презентации по теме.</p> <p>Дискуссия по теме.</p> <p>Решение тестов по теме.</p>

	6. Психология и ценообразование в электронной торговле 7. Автоматизация мониторинга цен 8. Паралич выбора в интернет-торговле 9. Цена-приманка и её влияние на продажи товаров Рекомендуемые источники (8.1: 2; 8.2: 1; 8.3: 1, 2, 3 ; 9: 3)	
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

К внеаудиторным формам самостоятельной работы студентов относятся:

- ☐ подготовка к семинарскому занятию, проводимому в форме дискуссии;
- ☐ подготовка к решению и проверке задач;
- ☐ выполнение домашних ситуационных задач;
- ☐ подготовка реферата или эссе;
- ☐ подготовка к экзамену (зачету).

На семинарских занятиях все студенты должны принимать активное участие в обсуждении изучаемых вопросов и уметь демонстрировать знание практического материала. При выступлении, студентам необходимо аргументировано излагать свою позицию, подкреплять ее конкретными данными, уметь обобщать, аргументировать и систематизировать статистические данные.

Таблица 6 – Формы внеаудиторной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
1	2	3
Тема 1. Понятие, функции и классификация цен	История ценообразования в России	Изучение литературы. Подготовка докладов и выступлений. Выполнение домашнего творческого задания.
Тема 2. Затраты и их роль в формировании цены	Методы калькулирования себестоимости	Изучение литературы и нормативной базы. Подготовка докладов и выступлений. Выполнение домашнего творческого задания.
Тема 3. Методы ценообразования	Методы ценообразования на основе конкурентного преимущества, реализации дополнительных продуктов, «падающего лидера», последовательного приближения, развертывания рядов, отказа от невыгодных клиентов, комплексной покупки, «горячих» продаж, дополнения покупки подарком. Особенности определения стоимости услуг.	Изучение литературы. Подготовка докладов и выступлений с презентациями. Выполнение домашнего творческого задания.

Тема 4. Ценность товара как фактор формирования его цены	Ценовая информация и её роль в принятии решения по ценам. Инициативное изменение цен. Реакция потребителей, конкурентов и фирмы на изменение цен.	Изучение литературы. Подготовка докладов и выступлений с презентациями. Выполнение домашнего творческого задания.
Тема 5. Ценовая политика и ценовые стратегии организации	Особенности применения ценовых стратегий на рынке чистой конкуренции, олигополии, монополии, монополистической конкуренции	Изучение литературы и нормативной базы, интернет-ресурсов. Подготовка докладов и выступлений с презентациями.
Тема 6. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений	Психологические эффекты восприятия цены: эффект референсов, эффект контраста, эффект экстремальных вариантов, эффект относительности, эффект честности, эффект фрейминга, боль оплаты, эффект «сигналов качества», эффект бухгалтерии ума, эффект бесплатного предложения,	Изучение литературы и нормативной базы, интернет-ресурсов. Подготовка докладов и выступлений с презентациями. Выполнение домашнего творческого задания. Выполнение домашнего творческого задания.
Тема 7. Государственное регулирование цен	Опыт ценообразования и регулирования цен в промышленно развитых странах. Регулирование цен на региональном уровне (на примере Калужской области).	Изучение литературы и нормативной базы, интернет-ресурсов. Подготовка докладов и выступлений с презентациями. Выполнение домашнего творческого задания.
Тема 8. Цены, финансы, налоги, их взаимосвязь и взаимовлияние	Определение цены для целей налогообложения	Изучение литературы и нормативной базы. Подготовка докладов и выступлений с презентациями.
9. Цены и ценообразование во внешнеэкономической деятельности	Контрактные цены. Принципы формирования и обоснования внешнеторговых цен.	Изучение литературы и нормативной базы. Подготовка докладов и выступлений с презентациями.
10. Ценообразование и электронная торговля	Методы электронной торговли. Онлайн-аренда. Инструменты корректировки цен.	Изучение литературы и нормативной базы. Подготовка докладов и выступлений с презентациями.

6.2 Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Учебным планом по дисциплине «Цены и ценообразование» предусмотрено выполнение домашнего творческого задания (ДТЗ), которое предназначено для проверки степени усвоения студентами пройденного материала по данной дисциплине. ДТЗ выполняется после прослушивания студентами лекционного курса по дисциплине и их самостоятельной работы с рекомендованной преподавателем учебной литературой. ДТЗ должно показать, что её автор основательно изучил и усвоил теоретический материал. ДТЗ выполняется студентом самостоятельно и является условием допуска студента к зачету (экзамену).

Для успешного выполнения домашнего творческого задания студенту необходимо:

- определить вариант домашнего творческого задания ;

- правильно подобрать литературу;
- раскрыть тему (вопрос) на основе изучения и обобщения материалов специальной экономической литературы, действующих положений и инструкций.

Отличительными особенностями выполнения ДТЗ являются:

- высокая степень самостоятельности,
- умение логически обрабатывать материал, сравнивать, сопоставлять и обобщать материал,
- классифицировать материал по тем или иным признакам,
- высказывать своё отношение к описываемым явлениям и событиям, давать собственную оценку какой-либо работы и др.

Домашнее творческое задание студента должно включать:

- описание цели и задач работы;
- круг рассматриваемых проблем и методы их решения;
- результаты анализа используемого материала, их интерпретация и общие выводы.

При выполнении ДТЗ используются современные информационные средства поиска, обработки и анализа материала, базы данных.

В процессе анализа необходимо использовать данные официальных статистических сборников, периодических изданий, независимых информационных агентств, сайта администрации Калужской области. отчетность организаций не позднее 3-5 лет давности. Результаты анализа следует представить наглядно в форме таблиц и рисунков и обязательно наличие ссылок на используемые источники информации.

В заключительной части домашнего творческого задания необходимо привести список использованной литературы, содержащий не менее 10-15 учебников, монографий и статей периодической печати за последние 5 лет.

ДТЗ выполняется на компьютере. Объем составляет не более 10 страниц машинописного текста формата А4, с компьютерным шрифтом Times New Roman, кегль 14, интервал -1,5. Параметры страницы: слева – 3 см., сверху, снизу – 2 см., справа – 1,5 см. Выравнивание текста по ширине листа. Абзацный отступ – 1,25 см. Нумерация страниц начинается с 2-ой (с Введения). Формулы должны быть написаны с помощью редактора формул.

СТРУКТУРА ДОМАШНЕГО ТВОРЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ

ДТЗ должно содержать следующую информацию:

1. Анализ основных производителей данного товара, их преимущества и недостатки, доля на рынке.
2. Анализ цен на товар в розничных магазинах и в интернет-магазинах за последние 2 года, прогнозирование цен на ближайший год
3. Ёмкость рынка и сегментирование рынка
4. Технология производства
5. Калькуляция себестоимости (затраты на производство) товара
6. Необходимое оборудование для производства товара
7. Ценовая политика основного производителя товара
8. Каналы сбыта основного производителя товара

9. Реклама товара основного производителя товара

Студент самостоятельно выбирает товар из предложенного списка.

Студент может выбрать товар для проведения исследования по своему усмотрению.

ВАРИАНТЫ ДОМАШНЕГО ТВОРЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ

Товары для проведения анализа рынка:

1. Чипсы
2. Майонез
3. Консервированный горошек
4. Автомобильные шины
5. Мыло
6. Стиральный порошок
7. Подсолнечное масло
8. Молоко
9. Йогурт
10. Сметана
11. Сливочное масло
12. Автомобили
13. Сыр
14. Кофе
15. Какао
16. Шоколад
17. Крахмал
18. Мука
19. Пельмени
20. Автомобили
21. Шоколадные конфеты
22. Печенье
23. Шампунь
24. Кукурузные палочки
25. Консервированные овощи
26. Макароны изделия
27. Трикотажные изделия
28. Мясные полуфабрикаты
29. Крупа
30. Зубная паста
31. Халва
32. Шоколадный батончик
33. Маргарин
34. Сантехника
35. Велосипед
36. Крабовые палочки
37. Газированная вода

38. Сок
39. Пряники
40. Газированная вода
41. Сухарики

Критерии оценки

Таблица 7. Требования к домашнему творческому заданию и система его оценки
(для очной и очно-заочной формы обучения)

№ п/п	Требование	Баллы
1	обоснованность постановки и логическая последовательность решения проблемы (вопроса)	2
2	самостоятельность изложения	2
3	наличие индивидуальной точки зрения автора	2
4	аргументированность основных положений и выводов	2
5	четкость и лаконичность изложения	2
ИТОГО		10

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине.

Примерные вопросы для подготовки к экзамену

1. Теория трудовой стоимости и теория предельной полезности как научная предпосылка теории ценообразования.
2. Основные функции, выполняемые ценами.
3. Факторы, способствующие повышению и понижению цен.
4. Принципы ценообразования.
5. Классификация цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения.
6. Классификация цен в зависимости от степени регулирования.
7. Классификация цен по способу фиксации.
8. Классификация цен по способу обслуживания внешнеторгового оборота и использования в статистике.
9. Договорное ценообразование.
10. История ценообразования в России.
11. Понятие и классификация издержек производства.
12. Группировка затрат на производство по экономическим элементам.
13. Группировка затрат по статьям калькуляции.
14. Значение себестоимости и пути её оптимизации
15. Затратные методы ценообразования.
16. Рыночные методы ценообразования.

17. Параметрические методы ценообразования.
18. Понятие и процедура определения экономической ценности товара.
19. Факторы чувствительности покупателей к уровню цен.
20. Методы проведения опроса покупателей.
21. Понятие, цели и этапы реализации ценовой политики фирмы.
22. Политика цен жизненного цикла товара и цен на новые изделия фирмы.
23. Тактические аспекты ценовой политики фирмы.
24. Система скидок и надбавок в ценообразовании.
25. Ценовая информация и её роль в ценовой политике.
26. Понятие стратегии ценообразования, этапы разработки ценовой стратегии.
27. Классификация стратегий ценообразования.
28. Признаки плохого функционирования ценовых стратегий.
29. Восприятие цены и стадии покупки товара
30. Ценообразование с учётом психологии покупателей.
31. Цены мирового рынка и внешнеторговые цены.
32. Определение таможенной стоимости товара
33. Формирование цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.
34. Роль базисных условий поставки для внешнеторгового ценообразования
35. Цели и методы государственного регулирования цен.
36. Государственное регулирование цен в России.
37. Регулирование цен в торговле России.
38. Антимонопольное регулирование цен в России.
39. Регулирование деятельности естественных монополий в России.
40. Регулирование цен в зарубежных странах.
41. Регулирование цен в США.
42. Регулирование цен в Германии.
43. Регулирование цен во Франции.
44. Взаимосвязь цен и финансов.
45. Взаимосвязь действующих налогов и цен.
46. Принципы определения цены для целей налогообложения.
47. Принципы функционирования интернет-торговли
48. Классификация услуг интернет-торговли
49. Затраты на содержание электронного магазина
50. Стратегии ценообразования, используемые в электронной торговле
51. Этапы эффективной тактики ценообразования в электронной торговле
52. Психология и ценообразование в электронной торговле.
53. Автоматизация мониторинга цен
54. Паралич выбора в интернет-торговле
55. Цена-приманка и её влияние на продажи товаров.

Примеры тестовых, практико-ориентированных (ситуационных) заданий

Таблица 8

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотношенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ПКН - 2 Способность на основе существующих методик, нормативно-правовой базы рассчитывать финансово-экономические показатели, анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро и макро уровне.	1.Применяет нормативно-правовую базу, регламентирующую порядок расчета финансово-экономических показателей.	Знания: Прямые и косвенные методы регулирования цен, особенности регулирования цен в торговле России, законы, регулирующие цены в России. Умения: Грамотно использовать нормативные акты по регулированию деятельности естественных монополий, торговли, антимонопольное законодательство для эффективной деятельности конкретной организации в России.	1. Потребительские цены – это: А) аналог биржевых цен; Б) аналог сметной стоимости; В) аналог розничных цен. 2. Предприятие обычно приобретает средства производства (например, станки): А) по розничной цене; Б) по себестоимости; В) по отпускной цене с добавлением снабженческо-сбытовой надбавки (при наличии посредника). 3. Какие методы государственного регулирования цен преобладают в промышленно развитых странах? А) прямые Б) косвенные В) рыночные Г) затратные 4. В чем заключается декларирование цен на отдельные виды продукции? А) устанавливаются фиксированные цены Б) замораживаются цены на отдельные группы товаров В) устанавливается предельный норматив рентабельности производителя Г) хозяйствующие субъекты обязаны представлять в органы ценообразования декларации относительно применяемых цен для их регистрации Задача. Себестоимость изделия – 250 рублей, НДС- 18%, отпускная цена с НДС – 370 рублей. Определите рентабельность изделия.
	2.Производит расчет финансово-экономических показателей на макро-, мезо- и микроуровнях.	Знания: Расчета скидок покупателям товара в зависимости от сегмента рынка; Умения: Установления цены товара для различных групп покупателей.	1. Какие из перечисленных статей не входят в производственную себестоимость? А) зарплата производственных рабочих; Б) цеховые расходы; В) внепроизводственные расходы; Г) топливо и электроэнергия. 2. Какая функция цены в наибольшей мере реализуется с помощью НДС и акцизов? А) учетная Б) стимулирующая В) распределительная

		<p>Г) сбалансирования спроса и предложения</p> <p>3. Какие органы занимаются регулированием цен на федеральном уровне?</p> <p>А) Министерство финансов РФ; Б) Министерство по налогам и сборам В) Министерство экономического развития РФ.</p> <p>4. В условиях рыночных отношений реальный процесс формирования цен осуществляется:</p> <p>А) на предприятии; Б) в сфере производства продукции; В) в сфере реализации продукции.</p> <p>5. Какие из перечисленных видов цен наиболее адекватны условиям рыночной экономики?</p> <p>А) регулируемые цены; Б) свободные цены; В) фиксированные цены; Г) средние цены</p>
3.Анализирует и раскрывает природу экономических процессов на основе полученных финансово-экономических показателей на макро-, мезо- и микроуровнях.	<p>Знания: Основные теории экономической мысли в их эволюции,</p> <p>Умения: Использовать методы ценообразования при установлении цены на товар, выбрать стратегию и тактику ценообразования.</p>	<p>1. Выберите определение для ценообразования методом удельных показателей:</p> <p>А) определяется зависимость цены от изменения технико-экономических параметров на основе применения метода наименьших квадратов Б) цена рассчитывается на основе значения одного основного параметра, характеризующего качество товара В) цена устанавливается как сумма цен отдельных конструкторских частей изделия Г) цена устанавливается на основе параметров, характеризующих изделие, определяемых экспертным путем</p> <p>2. Рынок покупателя характеризует ситуацию, когда на рынке отмечается:</p> <p>А) превышение спроса над предложением; Б) превышение предложения над спросом; В) спрос и предложение равны</p> <p>3. Прибыль оптовых организаций включается в :</p> <p>А) закупочную цену; Б) отпускную цену предприятия; В) оптовую цену; Г) все ответы верны.</p> <p>4. К переменным расходам относятся:</p> <p>А) заработная плата производственных рабочих; Б) амортизационные отчисления; В) административные и управленческие расходы;</p>

			<p>Г) расходы по реализации продукции.</p> <p>ЗАДАЧА. Себестоимость изделия – 800 руб., отпускная цена без НДС – 980 руб., НДС – 18%. Определите рентабельность и отпускную цену с НДС.</p>
<p>ПКП – 4</p> <p>Способность рассчитывать, анализировать и интерпретировать информацию, необходимую для выявления тенденций в функционировании и развитии и финансового сектора и хозяйствующих субъектов</p>	<p>1. Решает проектные и финансово-экономические задачи в профессиональной деятельности.</p>	<p>Знания:</p> <p>Содержания анализа цен аналогичных товаров фирм-конкурентов;</p> <p>Умения:</p> <p>Выбирать ценовую политику, определить тактику для реализации продукции на внутреннем и внешнем рынке с учетом подходов и методов ценообразования</p>	<p>1. Полная себестоимость продукции включает в себя:</p> <p>А) амортизацию;</p> <p>Б) акциз;</p> <p>В) торговую надбавку;</p> <p>Г) все вышеперечисленное.</p> <p>2. Какой из перечисленных методов относится к параметрическим?</p> <p>А) метод регрессионного анализа;</p> <p>Б) балловый;</p> <p>В) агрегатный.</p> <p>3. Закон предложения гласит:</p> <p>А) существует обратная зависимость между ценой товара и объемом предложения;</p> <p>Б) существует прямая зависимость между ценой товара и объемом предложения;</p> <p>В) эластичность спроса по цене всегда меньше, чем эластичность предложения по цене при данном уровне цен.</p> <p>4. Какая из перечисленных цен включает в себя максимальные обязанности продавца?</p> <p>А) DAT</p> <p>Б) DDP</p> <p>В) EXW</p> <p>Г) CIF</p> <p>Задача. Известно, что на рынке по цене 40\$ было предложено 8 единиц товара; по 30\$ - 6 единиц, по 22,5\$ - 4 единицы, по 17,5\$ - 2 единицы. С другой стороны, по цене 50\$ пользовались спросом 2 единицы товара, по цене 30\$ - 4 единицы, по 20\$ - 7 единиц и по 15\$ - 11 единиц. Постройте графики спроса и предложения, определите эластичен ли спрос. Найдите равновесную цену.</p>
	<p>2. Демонстрирует владение отдельными инструментами и методами фин-теха для решения профессиональных задач на макро-и макро-уровне, в том числе, на уровне финансового риска.</p>	<p>Знания:</p> <p>Основы калькулирования себестоимости продукции;</p> <p>Умения:</p> <p>Определять и рассчитывать цену различными способами и методами.</p>	<p>1. Правовой основой государственного регулирования цен в США является:</p> <p>А) Закон о естественных монополиях</p> <p>Б) Антидемпинговый закон</p> <p>В) Антитрестовский закон</p> <p>Г) закон о картелях</p> <p>2. К косвенным методам регулирования цен можно отнести:</p> <p>А) установление предельного норматива рентабельности</p> <p>Б) изменение ставки акциза</p> <p>В) декларирование цен</p> <p>Г) установление норм амортизации</p>

			<p>3. Цены на какую продукцию регулируются федеральными органами власти?</p> <p>А) продукция оборонного значения; Б) продукты питания; В) цены на лекарственные препараты, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарств; Г) цены на одежду и обувь.</p> <p>Задача 1. Руководство фирмы, исходя из рыночных условий, считает, что цена её изделия должна быть установлена на уровне 700 руб. При этом прибыль и расходы розничной торговли составляют 30 % цены; прибыль и расходы оптовой торговли – 20 %; собственная прибыль фирмы – 25%. Каковы должны быть издержки производства данной модели?</p> <p>Задача 2. Рассчитайте выручку от реализации продукции, маржинальную прибыль и операционную прибыль организации при следующих условиях. Переменные расходы на единицу продукции – 250 руб., постоянные расходы – 300 тыс. руб., объем реализации – 4000 шт. Цена реализации продукции – 400 руб.</p>
<p>УК – 10</p> <p>Способность осуществлять поиск, критически анализировать, обобщать и систематизировать информацию, использовать системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>1. Четко описывает состав и структуру требуемых данных и информации, грамотно реализует процессы их сбора, обработки и интерпретации</p>	<p>Знания:</p> <p>Источники экономической информации в части ценообразования и государственного регулирования цен.</p> <p>Умения:</p> <p>Определять покупательское восприятие при назначении цен на продукцию, подлежащую сбыту.</p>	<p>1. Практическая ценность расчёта коэффициента эластичности заключается в следующем:</p> <p>А) определение стратегии ценообразования Б) определение путей увеличения выручки и прибыли на данный товар В) определение степени зависимости объёма спроса или предложения от изменения цены</p> <p>2. Цена «потолка» эффективна:</p> <p>А) при низких издержках производства Б) при государственной поддержке производителя В) при высоких ценах на продукцию</p> <p>3. К классификации цен по степени государственного воздействия не относятся:</p> <p>А) свободные (рыночные) Б) фиксированные В) регулируемые Г) паритетные Д) преysкуранные</p> <p>4. Ценовая дискриминация заключается:</p> <p>А) в необходимости соответствовать ценам конкурентов Б) в предоставлении товаров одинакового характера по различным ценам В) в контроле большой доли рынка</p>

			<p>Г) государственном ценообразовании</p> <p>Задача 1. Себестоимость бутылки пива ёмкость. 0,5 литра составляет 130 руб., а прибыль предприятия-изготовителя составляет 30% к себестоимости. Акциз составляет 30 руб. с 1 литра. Пиво поступает в магазин через оптовую базу, надбавка которой составляет 3% от отпускной цены. Торговая надбавка — 25% от закупочной цены без акциза. Определите розничную цену одной бутылки пива.</p>
	<p>2. Обосновывает сущность происходящего, выявляет закономерности, понимает природу вариабельности</p>	<p>Знания: Порядка расчета цен в отдельных отраслях экономики.</p> <p>Умения: Оценивать эффективность ценовой политики фирмы.</p>	<p>1. На стадии «зрелости» жизненного цикла товара устанавливается...</p> <p>А) высокая цена Б) низкая цена В) товар распространяется бесплатно с целью его ознакомления покупателями</p> <p>2. Уменьшение цены нового товара при условии сдачи старого – это...</p> <p>А) товарообменный зачет Б) функциональная скидка В) экспортная скидка Г) дилерская скидка</p> <p>3. Стратегия дифференцированных цен предусматривает...</p> <p>А) установление максимально высокой цены Б) установление очень низкой цены В) установление цены на уровне цены главного конкурента Г) установление различных цен для разных рынков, покупателей, времени покупки</p> <p>Задача 1. Для сахарного завода себестоимость 1 кг — 30 руб., норма прибыли — 40% от себестоимости. Сахар реализуется с оптовой базы в мешках по 50 кг, оптовая надбавка — 10% от отпускной цены. Определите оптовую цену одного мешка сахара.</p> <p>Задача 2. Торговая фирма закупает товар по цене 170 руб. за единицу и продает в количестве 200 шт. этого товара еженедельно по цене 250 руб. Маркетинговый отдел по результатам проведенного исследования рекомендует понизить на одну неделю цену на 10% для привлечения потенциальных клиентов. Рассчитайте, сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне.</p>

	<p>3. Формулирует признак классификации, выделяет соответствующую ему группы однородных «объектов», идентифицирует общие свойства элементов этих групп, оценивает полноту результатов классификации, показывает прикладное назначение классификационных групп.</p>	<p>Знания: Ценообразование в электронной торговле.</p> <p>Умения: Управлять брендами товаров фирмы;</p>	<p>1. Земельный налог – это налог, который... А) включается в себестоимость продукции Б) ограничивает прибыль, остающуюся у предприятия В) является надбавкой к цене Г) правильного ответа нет</p> <p>2. Величина налогов, включаемых в себестоимость продукции, значительна ... А) в сфере услуг Б) в обрабатывающих отраслях В) в добывающих отраслях Г) правильного ответа нет</p> <p>3. Доля торговой сети в объеме реализованных продовольственных товаров в субъектах РФ и в городах федерального значения может составлять не более... А) 30% Б) 40% В) 10% Г) 25%</p> <p>4. Какой вид налоговых платежей связан с себестоимостью продукции? А) налог на прибыль; Б) акциз; В) таможенные пошлины; Г) НДС</p> <p>5. В каком случае налоговые органы осуществляют проверку правильности применения цен участниками сделки? А) при совершении внешнеэкономических сделок Б) если скидки с цены вызваны маркетинговой ценовой политикой В) при продаже товаров в кредит Г) при продаже недвижимости</p>
	<p>4. Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности.</p>	<p>Знания: Системы цен, видов цен; подходов и методов ценообразования.</p> <p>Умения: Ориентироваться в ценообразовании на различных типах рынка.</p>	<p>1. К предприятиям и организациям, нарушившим нормы законодательства о государственном регулировании цен (тарифов) применяются санкции в виде: А) взыскания всей суммы излишне полученной выручки и штрафа в таком же размере; Б) при повторном нарушении — штрафа в тройном размере; В) взыскания всей суммы полученной выручки; Г) при повторном нарушении — штрафа в двойном размере.</p> <p>2. Какой вид цен действует при оплате железнодорожных перевозок? А) средние цены производителей;</p>

		<p>Б) потребительские цены; В) железнодорожные тарифы; Г) сопоставимые цены</p> <p>Задача 1. Определите прибыль и рентабельность продаж реализации импортного товара из Италии. Исходные данные:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Свободная розничная цена, сложившаяся на рынке России с учетом спроса и предложения — 6500 руб. 2. Таможенная стоимость, включая расходы по доставке до границы России — 20 долл. 3. Курс рубля к доллару принимается на момент решения задачи. 4. Ставка акциза — 35% 5. Таможенная пошлина — 15% от таможенной стоимости. 6. Сборы за таможенное оформление — 0,15% от таможенной стоимости. 7. Ставка НДС — 20% 8. Снабженческо-сбытовые расходы — 200 руб. 9. Торговые издержки — 300 руб. <p>Задача 2</p> <p>На таможенную территорию Союза из Германии ввозятся 2 автомобиля одного производителя, по одной цене, одинаковые во всех отношениях (одной марки, одинаковой комплектации и т.д.) - один автомобиль белого цвета, другой синего. Будут ли данные автомобили считаться идентичными товарами?</p> <p>Задача 3</p> <p>На таможенную территорию Союза из Германии ввозятся 2 автомобиля одного производителя, одинаковые во всех отношениях (одной марки, одинаковой комплектации и т.д.) не отличающиеся по цвету. При этом на втором авто-мобиле, присутствует аэрография и арт-тонирование стекол. Будут ли данные автомобили считаться идентичными товарами?</p>
	<p>5. Аргументированно и логично представляет свою точку зрения посредством и на основе системного описания.</p>	<p>Знания: Видов мировых цен, порядка расчёта цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.</p> <p>Умения: Использовать психологические аспекты ценообразования при установлении цены на</p>
		<p>1. Цена, при которой импортируемая продукция может быть реализована на внутреннем рынке в соответствии с его конъюнктурой – это...</p> <p>А) нижний предел цены при экспорте Б) расчетный уровень цены при импорте В) верхний предел цены при экспорте Г) верхний предел цены при импорте</p> <p>2. Фискальная функция, которую выполняет таможенный тариф...</p> <p>А) Связана с защитой национальных производителей</p>

		<p>продукцию.</p>	<p>Б) Выражается в поощрительном или сдерживающем воздействии цены на производителя через величину заключенной в ней прибыли</p> <p>В) Обеспечивает поступление средств в доход бюджета государства</p> <p>Г) Заключается в посредничестве в платежах между отдельными хозяйствующими субъектами</p> <p>3. Что включают в себя таможенные сборы?</p> <p>А) сборы за таможенное сопровождение товаров</p> <p>Б) таможенные пошлины</p> <p>В) сборы за выдачу лицензий</p> <p>Г) все вышеперечисленное</p> <p>4. Какой метод наиболее часто используется при определении таможенной стоимости товара?</p> <p>А) по цене сделки с идентичными товарами;</p> <p>Б) резервный метод;</p> <p>В) по цене сделки;</p> <p>Г) на основе вычитания стоимости.</p> <p>5. Стоимость фрахта судна входит в цену</p> <p>А) CIF</p> <p>Б) CFR</p> <p>В) в обе названные выше цены</p> <p>Г) FOB</p>
--	--	-------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)
Калужский филиал Финуниверситета**

Кафедра «Экономика, финансы и гуманитарные дисциплины»

Дисциплина: «Цены и ценообразование»

Форма обучения: очная, очно-заочная

Семестр 6 Направление: 38.03.01 Экономика

Профиль: «Финансы и кредит»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2

1 вопрос (20 баллов) Классификация цен по способу фиксации.

2 вопрос (20 баллов) Антимонопольное регулирование цен в России.

3 вопрос (20 баллов) Практико-ориентированное задание

Продукция поставляется на экспорт. Определите величину EXW, FOB, CIF. Исходные данные:

1. Отпускная цена – 100 тыс. руб.

2. Таможенная очистка – 15% от отпускной цены (экспортная пошлина) и 1000 руб. за таможенное оформление

3. Доставка в порт отправления – 1000 руб.

4. Стоимость доставки на борт судна – 500 руб.

5. Страхование груза – 2000 руб.

6. Морской фрахт до порта назначения – 15000 руб.

Подготовил: _____

На основе перечня теоретических вопросов и практико-ориентированных заданий, утверждённого на заседании кафедры протокол № 6 от 28.02.2025г.

Утверждаю:

Зав. кафедрой _____

Дата 28.02.2025г.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1. Нормативные акты

1. Гражданский кодекс РФ. Часть I. Главы 27, 28.

2. Налоговый кодекс РФ. Часть II. Глава 25.

3. Федеральный закон от 26.07.2006 №135-ФЗ (ред. от 23.07.2013) «О защите конкуренции»

4. Федеральный закон от 17.08.1995 №147-ФЗ (ред. от 30.12.2012) «О естественных монополиях»

5. Федеральный закон от 31.03.1999 № 69-ФЗ «О газоснабжении в Российской Федерации» (ред. от 28.11.2015) (ст. 21 «Регулирование цен на газ и тарифов на услуги по транспортировке газа»);

6. Федеральный закон от 26.03.2003 № 35-ФЗ (ред. от 28.12.2016) «Об электроэнергетике» (ред. от 28.11.2015) (ст. 23.1 «Государственное регулирование цен (тарифов) на оптовом и розничных рынках»);

7. Федеральный закон от 30.12.2004 № 210-ФЗ «Об основах регулирования тарифов организаций коммунального комплекса» (ред. от 29.12.2014);

8. Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (ред. от 03.07.2016);

9. Федеральный закон от 27.07.2010 № 190-ФЗ «О теплоснабжении» (ред. от 28.11.2015)

10. Федеральный закон от 12.04.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» (ред. от 03.07.2016);

11. Федеральный закон от 07.12.2011 № 416-ФЗ «О водоснабжении и водоотведении» (ред. от 29.12.2015) (ст. 31 «Виды деятельности и тарифы в сфере водоснабжения и водоотведения, подлежащие регулированию»);

12. Федеральный закон от 18.07.2011 № 227-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в связи с совершенствованием принципов определения цен для целей налогообложения» (ред. от 05.04.2013).

13. Указ Президента РФ от 28.02.1995 №221 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)»

14. Постановление Правительства РФ от 15.07.2010 № 530 (ред. от 04.03.2013) «Об утверждении Правил установления предельно допустимых розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, в отношении которых могут устанавливаться предельно допустимые розничные цены, и перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров, за приобретение определенного количества которых хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, не допускается выплата вознаграждения»

15. Постановление Правительства РФ от 29.10.2010 № 865 «О государственном регулировании цен на лекарственные препараты, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов»

16. Постановление Правительства Калужской области от 04.04.2007 №88 (ред. от 02.08.2013) «О министерстве конкурентной политики и тарифов Калужской области»

8.2. Основная литература

1. Липсиц, И. В. Ценообразование : учебное пособие для вузов / И. В. Липсиц. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 160 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15650-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ezpro.fa.ru:2058/bcode/536917>

8.3. Дополнительная литература

1. Липсиц, И. В. Ценообразование. Практикум : учебное пособие для вузов /

И. В. Липсиц. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02867-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ezpro.fa.ru:2058/bcode/536237>

2. Лузина, Т. В. Ценообразование во внешней торговле : учебник для вузов / Т. В. Лузина, С. С. Решетникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 278 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07444-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ezpro.fa.ru:2058/bcode/541088>

3. Ценообразование : учебник и практикум для вузов / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 420 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16890-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ezpro.fa.ru:2058/bcode/5359553>.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Портал органов власти Калужской области – www.admoblkaluga.ru
2. Журнал «Эксперт» - www.expert.ru
3. Журнал «Коммерсант» - www.kommersant.ru
4. Информационные базы справочно-правовых систем Гарант и Консультант Плюс
5. Информационно-образовательный портал Финансового университета при Правительстве РФ - <http://portal.ufrf.ru>
6. Материалы по отраслям – тарифы. - <http://www.newtariffs.ru/main/tariff>.
7. Министерство экономического развития РФ – www.economy.gov.ru
8. РосБизнесКонсалтинг: [Аналитический портал]. – <http://www.rbc.ru>.
9. Справочник потребителя. – <https://www.zpp.rospotrebnadzor.ru>
10. Федеральная антимонопольная служба – www.fas.ru
11. Федеральная служба государственной статистики – <https://rosstat.gov.ru>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучающимся в рамках самостоятельной работы следует использовать Методические рекомендации по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, утвержденные Приказом ректора №1040/о от 11.05.2021 г.

Самостоятельная работа студентов проходит внеаудиторно. Организации самостоятельной работы служит учебно-тематический план изучения дисциплины. В данном плане указана тематика лекций, семинаров, вопросы и задания для самостоятельного изучения. Во время лекций необходимо конспектировать содержание лекции. После лекции необходимо отредактировать записи, оформить конспект, дополняя его содержание дополнительной информацией. При оформлении конспекта целесообразно выделять названия тем и формулировки

вопросов, основные определения, примеры.

При подготовке к семинару необходимо изучить вопросы семинара, соответствующий теоретический материал, делая для себя необходимые записи в рабочей тетради. После занятий необходимо просмотреть записанные решения и восстановить в решениях имеющиеся пробелы.

При затруднении в решении практических вопросов (задач), можно обратиться за консультацией (помощью) к преподавателю. Семинары проходят, как правило, в интерактивной форме и преподаватель учитывает активность обучающихся, направленную на решение предложенных вопросов (вариантов задач), а также вариантов ответов на решаемые вопросы (проблемы).

Не следует бояться дать неверный ответ или допустить иную ошибку: исправление и анализ ошибок в режиме общения с преподавателем и сокурсниками в ходе семинара способствует более глубокому освоению учебного материала и предупреждает возникновение ошибок в дальнейшем. Домашние задания (подготовку к занятиям) следует осуществлять регулярно. Если то или иное задание, при подготовке к семинару вызвало затруднение, необходимо обратиться к преподавателю за консультацией. Регулярность в выполнении домашних заданий (подготовке к занятиям) - важный фактор качественного освоения дисциплины.

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья

Профессорско-преподавательский состав знакомится с психологофизиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социальноактивные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учётом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем. Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ. Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей.

Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорнодвигательного аппарата);

- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);

- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения). Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы.

Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);

- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);

- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Методические рекомендации по выполнению расчетно-аналитической работы

Методические рекомендации по выполнению расчетно-аналитической работы предусмотрены в «Методических рекомендациях по подготовке написанию и оформлению домашнего творческого задания», разрабатываемой преподавателем кафедры на учебный год, в котором реализуется учебная дисциплина.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения

1. Антивирусная защита Windows defender
2. Astra Linux, Libre Office

11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»;
2. Информационно-правовая система «Гарант»;

11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

- аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий, оборудованные видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, доской меловой/интерактивной;
- библиотеку, имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет
- компьютерные классы с набором лицензионного базового программного обеспечения для проведения практических занятий и выходом в глобальную сеть Internet;

Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины «Цены и ценообразование»:

- сопровождение курса лекций наглядной презентацией, включающей практические примеры, схемы, графики, табличный материал;
- рассмотрение на семинарских занятиях интерактивных ситуационных задач по проблематике дисциплины;
 - деловые игры;
 - разбор конкретных ситуаций, коллективное обсуждение проблем российской и зарубежной практики по изучаемым темам;
 - виртуальное общение в течение срока изучения курса в целях обеспечения лекций и практических занятий необходимым материалом и также контроля самостоятельной работы студентов.