

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)

Кафедра маркетинга и спортивного бизнеса
Факультета «Высшая школа управления»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной
и методической работе

Е.А. Каменева
«28» мая 2024 г.

И.В. РОЖКОВ

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ЦЕНАМИ

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
38.04.02 - Менеджмент, Направленность программы:
"Финансовый маркетинг"

*Рекомендовано Ученым советом Факультета «Высшая школа
управления» (протокол №43 от 21 мая 2024 г.)*

*Одобрено Кафедрой маркетинга и спортивного бизнеса
(протокол №11 от 27 апреля 2024 г.)*

Москва 2024

СОДЕРЖАНИЕ

1.Наименование дисциплины	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине	3
3.Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
4.Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	4
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	8
5.1. Содержание дисциплины	8
5.2. Учебно – тематический план	11
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	12
6. Перечень учебно-методическое обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	13
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	15
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине	20
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	39
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины»	41
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	44
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	54
12. Описание материально-технической базы, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	54

1. Наименование дисциплины

«Ценообразование и управление ценами»

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ПК-1	Способность использовать методы стратегического анализа, маркетингового управления и контроля для всех элементов комплекса финансового маркетинга	1. Использует методы стратегического анализа на финансовых рынках.	Знать: методы ценового анализа и методологию ценообразования в зависимости от выбранного типа рынка. Уметь: выбирать и применять методы ценообразования в зависимости от специфики финансовой организации, типа финансового продукта или услуги, рынка.
		2. Использует возможности по улучшению бизнеса с точки зрения маркетингового управления и контроля для всех элементов комплекса финансового маркетинга.	Знать: элементы структуры цены финансовых продуктов, основные нормативно-правовые и законодательные акты, регулирующие ценовую деятельность финансовых организаций; затратные, рыночные и нормативно-параметрические методы ценообразования, используемые при установлении цен на финансовые продукты и услуги. Уметь: применять методы определения цены на финансовые продукты и услуги, осуществлять выбор наиболее оптимального варианта цены из нескольких вариантов, проводить расчет ценовой эластичности на финансовые продукты и услуги.

ПК-4	Способность принимать комплексные и эффективные маркетинговые решения в области банковского, страхового, инвестиционного и портфельного управления проектами; а также владеть искусством управления продажами	1. Демонстрирует навыки принимать комплексные и эффективные маркетинговые решения в области банковского маркетинга.	Знать: состав и структуру цены банковского продукта, методы ее определения, цели ценовой политики банка, стратегические и тактические инструменты управления ценами банковских продуктов. Уметь: разрабатывать и претворять на практике ценовую политику, стратегию и тактику на банковском рынке.
		2. Демонстрирует навыки принимать комплексные и эффективные маркетинговые решения в области страхового маркетинга.	Знать: стратегические и тактические инструменты ценообразования и управления ценами организаций, работающих на рынке страхования. Уметь: применять современные технологии ценообразования и управления ценами на рынке страхования.
		3. Демонстрирует навыки принимать комплексные и эффективные маркетинговые решения в области инвестиционного и портфельного управления проектами.	Знать: состав и структуру затрат при составлении инвестиционного проекта. Уметь: применять методологию ценообразования при определении затрат инвестиционного проекта.
		4. Применяет навыки владения искусством управления продажами.	Знать: элементы структуры цены финансовых продуктов, основные нормативно-правовые и законодательные акты, регулирующие ценовую деятельность финансовых организаций; затратные, рыночные и нормативно-параметрические методы ценообразования, используемые в ходе осуществления продаж финансовых продуктов и услуг. Уметь: применять методы определения цены на финансовые продукты и услуги, осуществлять выбор наиболее оптимального варианта цены из нескольких вариантов, проводить расчет

			ценовой эластичности в целях эффективного управления продажами финансовых продуктов и услуг.
ПКН 4	Способность руководить проектной и процессной деятельностью в организации, а также выявлять, оценивать и реализовывать новые рыночные возможности, управлять материальными и финансовыми потоками, а также всеми видами рисков деятельности экономических систем	1. Использует методы проектного менеджмента для организации управления проектами различного характера и управления портфелем проектов.	Знать: основные подходы к управлению стоимостью и финансированием проекта (Project Cost and Finance Management). Уметь: разрабатывать систему управления стоимостью проекта.
		2. Демонстрирует владение методами управления бизнес-процессами и их реинжиниринга.	Знать: основные положения ценообразования на новую продукцию. Уметь: использовать рыночные, затратные и нормативно-правовые методы ценообразования на новую продукцию.
		3. Реализует способность управления материальными и финансовыми потоками.	Знать: цели и этапы разработки ценовой политики финансовой организации, научные принципы разработки ценовой политики финансовой организации Уметь: разрабатывать ценовую политику финансовой организации с учетом стратегических целей и использованием информационных технологий.
		4. Выявляет риски, существующие в деятельности организации, и управляет ими	Знать: внешние и внутренние риски формирования ценовой политики финансовой организации. Уметь: применять методы маркетингового анализа внешних и внутренних рисков разработки ценовой политики финансовой организации.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Ценообразование и управление ценами» относится к модулю направленности программы магистратуры, по направлению подготовки 38.04.02 - Менеджмент, направленность программы: "Финансовый маркетинг".

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

Дисциплина «Ценообразование и управление ценами» по направлению подготовки 38.04.02 - Менеджмент, направленность программы: "Финансовый маркетинг, очная форма обучения: 1 модуль.

Таблица 1.1.

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Модуль 1 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	4/ 144	4/ 144
<i>Контактная работа - Аудиторные занятия</i>	40	40
Лекции	10	10
Семинары, практические занятия	30	30
<i>Самостоятельная работа</i>	104	104
Вид текущего контроля	Проектная работа	Проектная работа
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

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

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Основы ценообразования. Цена как экономическая категория: сущность, функции и виды цен.

Сущность и определение цены как экономической категории. Система цен в экономике. Принципы дифференциации цен и виды цен.

Экономические функции цен. Основы ценообразования. Состав структура цены финансовых продуктов. Цифровизация в экономике. Особенности ценообразования в цифровой среде на товарном и финансовом рынках.

Тема 2. Формирование ценовой политики.

Определение и сущность ценовой политики финансовой организации. Принципы формирования ценовой политики организации. Финансовые цели формирования ценовой политики. Риски финансовой политики.

Возможности цифровизации и информационных технологий при оценке: клиентов, их поведения, и эффективности коммуникаций при продвижении финансовых продуктов. Особенности цифрового маркетинга в ценообразовании. Маркетинговые цели формирования ценовой политики.

Этапы процесса разработки политики. Анализ собственных затрат фирмы и её экономического потенциала. Сбор информации о клиентах, конкурентах, внешней среде, включая социальные сети, электронные платформы, громадный массив Big Data (большие данные), а также любую доступную информацию. Уточнение целей финансовой политики. Уточнение целей маркетинговой политики.

Эластичность спроса и её влияние на ценовую политику организации.

Ценообразование и жизненный цикл продукта. Особенности ценообразования при различной конкурентной структуре финансового рынка.

Тема 3. Стратегия и методология управления ценами.

Классификационные признаки и характеристика основных методов ценообразования. Преимущества и недостатки, условия применения затратных методов ценообразования. Метод полных издержек. Метода прямых затрат. Метод определения цен на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли. Метод учета рентабельности инвестиций. Метод надбавок к цене.

Преимущества и недостатки, условия применения рыночных методов ценообразования на финансовом рынке. Метод расчета экономической ценности товара. Метод оценки максимально приемлемой цены. Метод потребительских оценок. Тендерный метод.

Преимущества и недостатки, условия применения нормативно-параметрических методов ценообразования. Метод удельных показателей. Агрегатный метод ценообразования. Метод структурной аналогии. Балловый метод (метод экспертных оценок.)

Виды и характеристика стратегий управления ценами. Стратегии конкурентного ценообразования на финансовом рынке. Стратегии ценообразования в зависимости от степени гибкости цен. Стратегии ассортиментного ценообразования. Стратегии дифференцированных цен. Стратегии ценообразования, ориентированные на конкретную ситуацию на рынке. Прочие виды ценовых стратегий.

Тема 4. Государственное регулирование и контроль ценообразования.

Роль и функции Центрального Банка России в финансовой деятельности государства, его органов а также юридических лиц, включая собственников финансовых организаций. Ставка рефинансирования и ставка резервирования, банковский мультипликатор – их роль в экономике страны. Ставка рефинансирования как камертон настройки кредитных и процентных ставок. Процентные ставки при чрезвычайных ситуациях

Нормативно-правовая база государственного регулирования цен на финансовом рынке. Органы исполнительной власти, регулирующие цены, их функции. Формы и методы государственного регулирования цен.

Тема 5. Практические аспекты управления ценами.

Взаимосвязь ценовой стратегии с общей стратегией маркетинговой деятельности организации. Направления маркетинговых исследований цен. Факторы, определяющие чувствительность потребителей к цене.

Тактические инструменты управления ценами. Информационное обеспечение процесса управления ценами на финансовом рынке.

Процентная ставка как основа определения цены на кредит и особенности ценообразования на кредитные продукты.

Особенности формирования цен в страховании. Управление ценами в банковском секторе. Управление ценами на рынке ценных бумаг. Методология трансфертного ценообразования.

Типы рынков и факторы, влияющие на цены банковских продуктов. Виды себестоимостей банковских продуктов. Калькулирование банковских затрат: перераспределение затрат штабных подразделений на затраты функциональных подразделений. Расчёт процентной кредитной ставки и ряда банковских операций. Дисперсия процентных ставок банков.

Виды рисков в страховании. «Полюса страхования». Виды тарифов и цена страхового продукта. Показатель оценки инвестиционной активности страховой компании.

Инвестиции и сбережения, их взаимосвязь. Особенности расчёта инвестиционного проекта, как расчёта, учитывающего финансовые потоки. Необходимость альтернативных проектов при выборе оптимального инвестиционного проекта. Показатели эффективности инвестиционного проекта, их расчёт.

Электронный вид, их постоянный торговый оборот (для спекулятивных операций) и непрерывное изменение цен – основные особенности ценных бумаг. Виды цен акций и облигаций. Расчёты цен ценных бумаг.

5.2. Учебно – тематический план

38.04.02 - Менеджмент, направленность программы: "Финансовый маркетинг, очная форма обучения:

Таблица 2.1

№ п/ п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	*Контактная работа -Аудиторная работа			Самостоятельная работ а	
			Об ща я, в т.ч. :	Лек ции	Семина ры, практи ческие заняти я		
1	Тема 1. Основы ценообразова ния. Цена как экономическа я категория: сущность, функции и виды цен.	25	6	2	4	19	Устный опрос, доклады на круглом столе.
2	Тема 2. Формировани е ценовой политики.	23	8	2	6	15	Устный опрос, работа в Интернете, решение задач.
3	Тема 3. Стратегия и методология управления ценами.	30	10	2	8	20	Устный опрос, работа в Интернете, разбор мини- кейсов, тестирование.
4	Тема 4. Государствен ное регулирувани е и контроль ценообразова ния.	31	6	2	4	25	Устный опрос, тестирование. .
5	Тема 5. Практические аспекты управления ценами.	35	10	2	8	25	Устный опрос, работа в Интернете, разбор мини- кейсов, тестирование.
	В целом по дисциплине	144	40	10	30	104	Согласно учебному плану:

							Проектная работа
	Итого в %	100	28	25	75	72	

*объем контактной работы в очно-заочной/заочной формах обучения и индивидуальных учебных планах определяется соответствующими учебными планами. Темы, реализуемые в виде контактной работы, определяются преподавателем самостоятельно, исходя из уровня их сложности.

5.3. Содержание практических и семинарских занятий

Таблица 3

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9	Формы проведения занятий
Тема 1. Основы ценообразования. Цена как экономическая категория: сущность, функции и виды цен.	Цена и экономическая система, всеобщность категории цены в рыночной экономике. Цена как инструмент экономической политики. Миссия цены. Принципы ценообразования: общие, экономические и административные. Экономические функции цен. Рекомендуемые источники: 8.11, 8.14; 9, №№ 1-28.	Устный опрос, доклады на круглом столе.
Тема 2. Формирование ценовой политики.	Этапы разработки ценовой политики организации. Цели и факторы разработки ценовой политики организации. Ценовая конкуренция. Эластичность спроса и ее влияние на установление цены. Рекомендуемые источники: раздел 8.10, 8.11.	Устный опрос, работа в Интернете, решение задач.
Тема 3. Стратегия и методология управления ценами.	Затратный метод, рыночный метод, ценностный метод, параметрические методы ценообразования. Виды, характеристики и условия применения основных ценовых стратегий на финансовом рынке: конкурентных и ассортиментных стратегий, дифференциации потребителей и цен, психологического ценообразования, престижного ценообразования, взаимосвязи цены и качества и др. Рекомендуемые источники: раздел 8.11, 8.14.	Устный опрос, работа в Интернете, разбор мини-кейсов, тестирование.
Тема 4. Государственное	Обоснование государственного регулирования ценна финансовом	Устный опрос, тестирование.

регулирование и контроль ценообразования.	рынке. Роль, цели и задачи государственного регулирования цен на финансовом рынке. Нормативные акты и законодательная база государственного регулирования цен. Рекомендуемые источники: раздел 8.1-8.10.	
Тема 5. Практические аспекты управления ценами.	Ценообразование и управление ценами организациями, работающими на рынке банковских продуктов, страхования, рынке ценных бумаг и др. 1. Рекомендуемые источники: раздел 8.12, 8.13; 9, №№ 1-28.	Устный опрос, работа в Интернете, разбор мини-кейсов, тестирование.

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

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

Таблица 4

Наименование разделов, тем входящих в дисциплину	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Основы ценообразования. Цена как экономическая категория: сущность, функции и виды цен.	Определение сущности стоимости на различных этапах развития экономической науки. Стоимость товара и прибавочная стоимость. Стоимость и цена в современных условиях.	Работа с научной, учебной и справочной литературой. Подготовка доклада, научной статьи для последующей публикации. Подготовка к семинарскому занятию, проводимому в форме дискуссии. Подготовка к практическому занятию с использованием обучающих тестов. Изучение методических материалов для выполнения творческого задания.
Тема 2. Формирование ценовой политики финансовой организации.	Формулирование целей ценовой политики на основе задач как экономической политики, так и с учётом маркетинговой политики. Взаимосвязь категорий ценовой политики, метода	Работа с научной, учебной и справочной литературой. Подготовка к практическому занятию с использованием обучающих тестов. Подготовка к практическому занятию с использованием case-

	ценообразования и ценовой стратегии. Политика фирмы на рынках, различных по типам конкуренции. Ценовая конкуренция. Основные формулы цены. Состав и структура цены.	study на тему: «Выработка целей ценовой политики финансовой организации»
Тема 3. Стратегия и методология управления ценами на финансовом рынке.	Выбор вида ценовой стратегии исходя из задач экономической политики и целей ценовой политики. Базовая цена, как результат установления цены с помощью метода ценообразования. Базовая цена – основа для ценового маневра (изменения цены) в выбранной ценовой стратегии, в том числе для максимизации прибыли на долгосрочный период. Тактические инструменты управления ценами.	Работа с научно-учебной литературой. Подготовка к практическому занятию с использованием case-study на тему: «Анализ ценовых стратегий финансовых организаций» Подготовка к решению задач. Подготовка к проектной работе.
Тема 4. Государственное регулирование и контроль ценообразования на финансовом рынке.	Виды прямого и косвенного регулирования цен. Нормативные акты и законодательная база государственного регулирования цен. Исполнительные государственные органы, связанные с регулированием и контролем цен на финансовом рынке.	Работа с научно-учебной и справочной литературой. Подготовка доклада, научной статьи для последующей публикации. Подготовка к семинарскому занятию, проводимому в форме дискуссии. Подготовка к практическому занятию с использованием обучающих тестов. Оформление проектной работы.

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

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом оценки работы в семестре (выполнение обсуждения вопросов и тем в соответствии с планами семинарских занятий; обсуждение заданий для самостоятельной работы; опрос студентов по пройденному материалу; участие в дискуссиях по проблемным темам дисциплины; выполнение студентом практико-ориентированных и ситуационных задач; выполнение проектной работы.

Формы текущего контроля успеваемости и их балльная оценка

№	Формы текущего контроля	Количество баллов
---	-------------------------	-------------------

1.	Активная работа на семинарском занятии (в том числе блиц-опрос по теме)	12
2.	Посещение	6
3.	Выполнение заранее подготовленных для выступления на семинаре, ситуационных задач (по перечню, предложенному преподавателем, ведущим семинары)	12
4.	Выполнение проектной работы	10
	Итого	40

6.2.1. Примерная тематика проектных работ по дисциплине:

Тематика проектных работ по дисциплине «Ценообразование и управление ценами»:

1. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации, работающей на рынке ценных бумаг.
2. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации, работающей на рынке страховых услуг.
3. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации, работающей на рынке потребительского кредитования.
4. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации, работающей на рынке ипотечного кредитования.
5. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации, работающей на валютном рынке.
6. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации, работающей на рынке лизинговых услуг.
7. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации, работающей на рынке депозитов.
8. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации, работающей на рынке инвестиционных услуг.

Пример проектной работы

Выполнение проектной работы подразумевает выполнение следующих этапов:

1. Разработка целей ценовой политики:

- Информация о компании и продукте;
- Внешние факторы определяющие ценовую стратегию;
- Внутренние факторы определяющие ценовую стратегию;
- Цели ценовой политики.

2. Сбор маркетинговой и ценовой информации:

- Уточнение финансовых целей;
- Определение потенциальных покупателей;
- Определение потенциальных конкурентов;
- Оценка затрат;
- Уточнение маркетинговой стратегии.

3. Анализ маркетинговой и ценовой политикой:

- Сегментный анализ рынка.

4. Формирование ценовой стратегии и тактики:

- Выбор и обоснование типа ценовой стратегии.

6.2.2. Примерные вопросы тестирования

1. Цена, определяемая на основе издержек производства с добавлением средней прибыли на весь авансированный капитал, – это цена

...

- а) производства;
- б) спроса;
- в) предложения;
- г) потребления;

- д) рынка;
- е) конкуренции.

2. Поощрение или сдерживающее воздействие на производство и потребление различных видов товаров относится к ... функции цены.

- а) стимулирующей;
- б) балансирующей спрос и предложение;
- в) учетной;
- г) распределительной;
- д) общерыночной.

3. Под ценовой политикой понимается установление цен на продукцию предприятия в рамках политики управления ее сбытом в целях достижения ...

- а) наиболее выгодных объемов продаж;
- б) средних затрат на производство;
- в) минимальных затрат на производство;
- г) максимальных затрат на производство;
- д) максимально возможного уровня прибыли;
- е) среднего уровня прибыли.

4. При использовании затратного подхода к ценообразованию право устанавливать цену должно принадлежать ...

- а) отделу маркетинга и сбыта;
- б) отделу главного технолога;
- в) финансовым службам и бухгалтерии;
- г) отделу материально-технического снабжения;
- д) IT-отделу.

5. В процесс разработки ценовой политики входят:

- а) реализация;
- б) выработка целей;
- в) планирование;

- г) сбор информации;
- д) контроль;
- е) анализ информации.

6. Метод расчета цен на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли предполагает ...

- а) начисление стандартной наценки, нормативной прибыли на себестоимость;
- б) установление на товар цены на таком уровне, который обеспечивал бы компании получение желаемого объема прибыли;
- в) умножение цены приобретения товара на повышающий коэффициент;
- г) установление на товар цены путем добавления к переменным затратам определенной надбавки;
- д) установление на товар цены путем сопоставления с ценой другого товара из параметрического ряда.

Пример расчетной задачи:

Определить величину оптимального выпуска $Q_{\text{оптим.}}$, для которого выполняется равенство: $MR = MC = P$. Фирма N реализует товар на рынке свободной конкуренции, в таблице указана цена P за единицу товара.

Обозначения: MR и MC – предельные выручка и затраты; а P – цена товара.

Исходные данные приведены в таблице:

Q, шт.	TR, руб.	TC, руб	MR	MC	P, руб.
0		80			75
1		100			
2		130			
3		175			
4		221			

5		296			
6		378			
7		455			

Пример мини-кейса:

Условие задачи. Банк хочет использовать нормативно-параметрическое ценообразование и построить параметрический ряд на кредиты, предоставляемые предприятиям розничной торговли для закупок товарных запасов. В качестве параметров для данной модели примем:

- параметр 1 — сумма кредита (базовая сумма — 100 тыс. долл.);
- параметр 2 — срок кредита (базовый срок — 1 месяц);
- параметр 3 — обеспечение кредита (базовое — высоколиквидные ценные бумаги);
- параметр 4 — тип заемщика (базовый тип — сетевая фирма с иностранным капиталом).

Ставка кредита базового типа в данном банке установлена 19,0% годовых. Далее предположим, что с учетом различной значимости для банка параметров 1—4 их оценка проводится по следующим шкалам:

- параметр 1 — балльная оценка для базового варианта составляет 2,0, удельный вес данного параметра — 0,1 и за каждые дополнительные 100 тыс. добавляется 0,1 балла;
- параметр 2 — балльная оценка для базового варианта составляет 3,0, удельный вес данного параметра 0,3 и за каждый дополнительный месяц пользования кредитом добавляется 0,2 балла;
- параметр 3 — балльная оценка для базового варианта составляет 4,0, удельный вес данного параметра 0,4 и за каждое ухудшение обеспечения (по шкале, определенной банком заранее) добавляется 0,25 балла;
- параметр 4 — балльная оценка для базового варианта составляет 4,0, удельный вес данного параметра 0,2 и за каждое ухудшение категории заемщика (по шкале, определенной банком заранее) добавляется 0,3 балла.

Задание.

1. Проведите расчет кредитной ставки для заемщика со следующими характеристиками:

- параметр 1 — сумма займа 300 тыс. долл.;
- параметр 2 — срок кредита 4 месяца;
- параметр 3 — обеспечение кредита — товарные запасы, приобретаемые за счет кредита, что по классификации данного банка ухудшает категорию обеспечения на 2 позиции;
- параметр 4 — заемщик — несетевой универсам, что по классификации данного банка ухудшает категорию заемщика на 3 позиции.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

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

Таблица 5

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ПК-1 Способность использовать методы	1. Использует методы стратегического анализа на	Знать: методы ценового анализа и методологию ценообразования	<i>Задание 1</i> Установление цен на высоком уровне, соответствующем высокому уровню качества продукции и

стратегического анализа, маркетингового управления и контроля для всех элементов комплекса финансового маркетинга	финансовых рынках.	я в зависимости от выбранного типа рынка.	образу, формируемому предприятием у покупателей в отношении его товаров, является проявлением ценовой стратегии ___: цены проникновения ___: стабильных цен ___: снятия сливок ___: престижных цен ___: скользящей падающей цены ___: дифференциации цен на взаимосвязанные товары																				
		Уметь: выбирать и применять методы ценообразования в зависимости от специфики финансовой организации, типа финансового продукта или услуги, рынка.	<i>Задание 1</i> Финансовая организация предлагает на рынке условный финансовый продукт. При ценообразовании рассматриваются восемь вариантов цены и соответствующие им объемы спроса. Также известна величина переменных затрат на единицу финансового продукта (табл.). Величина постоянных затрат составляет 3437000 руб. <table border="1" data-bbox="997 1288 1471 1697"> <thead> <tr> <th>№ варианта</th><th>Цена за ед. фин. продукта, руб.</th><th>Переменные затраты на ед. фин. продукта, руб.</th><th>Спрос, ед.</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td><td>45000</td><td>17858</td><td>677</td></tr> <tr> <td>2</td><td>47000</td><td>17858</td><td>650</td></tr> <tr> <td>3</td><td>47500</td><td>17858</td><td>642</td></tr> <tr> <td>4</td><td>49000</td><td>17858</td><td>633</td></tr> </tbody> </table> На основе расчетов с использованием указанных в таблице данных для каждого варианта цены определите: - точку безубыточности (в натуральном выражении);	№ варианта	Цена за ед. фин. продукта, руб.	Переменные затраты на ед. фин. продукта, руб.	Спрос, ед.	1	45000	17858	677	2	47000	17858	650	3	47500	17858	642	4	49000	17858	633
№ варианта	Цена за ед. фин. продукта, руб.	Переменные затраты на ед. фин. продукта, руб.	Спрос, ед.																				
1	45000	17858	677																				
2	47000	17858	650																				
3	47500	17858	642																				
4	49000	17858	633																				

			- объем финансовых продуктов, приносящих прибыль; - маржинальный доход на единицу финансового продукта; - предпочтительный вариант цены с точки зрения финансовой организации. <i>Задание 2</i> При каких постоянных затратах предприятие сможет достичь точки безубыточности. Ответ запишите в форму. S: Цена реализации продукции составит 25 руб. за единицу, переменные расходы составляют 50000 руб., объем выпуска – 5000 шт., а прибыль – 10000 руб.
	2. Использует методы стратегического анализа на финансовых рынках.	Знать: элементы структуры цены финансовых продуктов, основные нормативно-правовые и законодательные акты, регулирующие ценовую деятельность финансовых организаций; затратные, рыночные и нормативно-параметрические методы ценообразования, используемые при установлении цен на финансовые продукты и услуги.	<i>Задание 1</i> Под ценовой политикой понимается установление цен на продукцию предприятия в рамках политики управления ее сбытом в целях... ___: достижения наиболее выгодных объемов продаж ___: средних затрат на производство ___: минимальных затрат на производство ___: максимальных затрат на производство ___: максимально возможного уровня прибыли ___: среднего уровня прибыли <i>Задание 2</i> К научным принципам ценообразования относятся... ___: принцип научной обоснованности цен ___: принцип научной обоснованности цен ___: принцип целевой направленности цен

			—: принцип единства процессов разработки ценовой политики и стратегии —: принцип непрерывности процесса ценообразования
	Уметь: применять методы определения цены на финансовые продукты и услуги, осуществлять выбор наиболее оптимального варианта цены из нескольких вариантов, проводить расчет ценовой эластичности на финансовые продукты и услуги.	<i>Задание 1</i> Определить величину оптимального выпуска $Q_{\text{оптим.}}$, для которого выполняется равенство: $MR = MC = P$. Фирма N реализует товар на рынке свободной конкуренции, в таблице указана цена P за единицу товара. Обозначения: MR и MC – предельные выручка и затраты; а P – цена товара. Исходные данные приведены в таблице	
		<i>Задание 2</i> Фирма L реализует товары на рынке монополистической конкуренции. С помощью расчётов заполните исходную таблицу и графическим способом определите, какое из двух неравенств: $MR > MC$ или $MR < MC$ выполняется Обозначения: MR и MC – предельные выручка и затраты	

			Р_{ед.издел.} – цена единицы товара Обязательное условие – партия товара продаётся по одной цене. Исходные данные приведены в таблице: <table><tr><th>Q, шт.</th><th>Р_{ед.издел.}</th><th>TR, руб.</th><th>ТС, руб</th><th>M R</th><th>МС</th></tr><tr><td>0</td><td>0</td><td></td><td>121</td><td></td><td></td></tr><tr><td>1</td><td>80</td><td></td><td>201</td><td></td><td></td></tr><tr><td>2</td><td>78</td><td></td><td>260</td><td></td><td></td></tr><tr><td>3</td><td>75</td><td></td><td>302</td><td></td><td></td></tr><tr><td>4</td><td>70</td><td></td><td>337</td><td></td><td></td></tr><tr><td>5</td><td>64</td><td></td><td>357</td><td></td><td></td></tr><tr><td>6</td><td>58</td><td></td><td>359</td><td></td><td></td></tr><tr><td>7</td><td>52</td><td></td><td>351</td><td></td><td></td></tr><tr><td>8</td><td>46</td><td></td><td>338</td><td></td><td></td></tr><tr><td>9</td><td>40</td><td></td><td>312</td><td></td><td></td></tr></table>	Q, шт.	Р _{ед.издел.}	TR, руб.	ТС, руб	M R	МС	0	0		121			1	80		201			2	78		260			3	75		302			4	70		337			5	64		357			6	58		359			7	52		351			8	46		338			9	40		312		
Q, шт.	Р _{ед.издел.}	TR, руб.	ТС, руб	M R	МС																																																																
0	0		121																																																																		
1	80		201																																																																		
2	78		260																																																																		
3	75		302																																																																		
4	70		337																																																																		
5	64		357																																																																		
6	58		359																																																																		
7	52		351																																																																		
8	46		338																																																																		
9	40		312																																																																		
ПК-4 Способность руководить проектной и процессной деятельностью в организации, а также выявлять, оценивать и реализовывать новые рыночные возможности, управлять материальными и финансовыми потоками, а также всеми видами рисков деятельности экономических систем	1. Демонстрирует навыки принимать комплексные и эффективные маркетинговые решения в области банковского маркетинга.	Знать: состав и структуру цены банковского продукта, методы ее определения, цели ценовой политики банка, стратегические и тактические инструменты управления ценами банковских продуктов.	<i>Задание 1</i> В процесс разработки ценовой политики входит... ___: реализация; ___: выработка целей; ___: сбор информации; ___: анализ информации. <i>Задание 2</i> В ходе осуществления этапа разработки ценовой политики «Определение потенциальных конкурентов» решаются следующие вопросы... ___: какие фирмы являются основными конкурентами на данном рынке сегодня или могут ими стать в будущем? ___: в чем заключаются преимущества и слабые стороны конкурентов по сравнению с рассматриваемым предприятием? ___: каковы справочные (прейскурантные) цены существующих конкурентов и насколько они отличаются от цен реальных сделок? ___: каким образом воспринимаемая ценность и неценностные факторы разделят общую массу																																																																		

			покупателей на различные сегменты?
		Уметь: разрабатывать и претворять на практике ценовую политику, стратегию и тактику на банковском рынке.	<i>Задание 1</i> Банк разработал для физических/юридических лиц новый продукт/услугу. <i>Вопросы:</i> 1. Опишите новый банковский продукт/услугу. 2. Разработайте ценовую стратегию банка при выходе на рынок с новым продуктом/услугой для определенного сегмента. 3. Покажите использование информационных технологий при разработке ценовой стратегии банка при выходе на рынок с новым продуктом/услугой. <i>Задание 2</i> Вы – руководитель службы маркетинга банка и Вас волнуют проблемы совершенствования ценовой политики и повышения узнаваемости бренда и рекламы банка. <i>Вопросы:</i> 1. Сформулируйте конкретные задачи для своих сотрудников, осуществляющих процесс ценообразования. 2. Объясните, почему использование информационных технологий часто считаются самыми ответственными решениями в процессе ценообразования банка. Как они влияют на развитие маркетинга в банке в целом? Все ответы обоснуйте.
	2. Демонстрирует навыки принимать комплексные и эффективные маркетинговые решения в области	Знать: стратегические и тактические инструменты ценообразования и управления ценами организаций,	<i>Задание 1</i> Проведение агрессивной ценовой политики предприятий-конкурентов, резкое снижение ими цен являются проявлениями ценовой стратегии ... : цены проникновения

	страхового маркетинга.	работающих на рынке страхования.	___: ценовых линий ___: ценовой дискриминации ___: дифференциации цен на взаимосвязанные товары ___: льготных цен ___: конкурентных цен Задание 2 Побуждение покупателей к потреблению дополняющих и комплектующих товаров является маркетинговой целью реализации ценовой стратегии ... ___: цены проникновения ___: ценовых линий ___: ценовой дискриминации ___: дифференциации цен на взаимосвязанные товары ___: льготных цен ___: конкурентных цен		
		Уметь: применять современные технологии ценообразования и управления ценами на рынке страхования.	Задание 1 1. Объект страхования - легковой автомобиль Toyota Land Cruiser Prado 2015 года выпуска объемом двигателя 2700 л., принадлежащий физическому лицу. Срок эксплуатации автомобиля - 7 лет. Стоимость автомобиля – 4 743 900 руб. 2. Потенциальный клиент проживает в г. Москве и планирует первый раз страховать этот автомобиль по программе КАСКО (страхование рисков «угон», «ущерб», «пожар»), так как купил его два дня назад. Возраст – 35 лет. Водительский стаж – 8 лет. 3. По риску «Пожар» для всех ТС тариф составляет 0,1%. 4. Базовые тарифы по риску «Угон» в Москве представлены найдите в сети Интернет. Автомобиль относится к группе №7. <table><tr><td>Группа ТС по риску «Угон»</td><td>Тариф, %</td></tr><tr><td>Группа №1</td><td>7.0</td></tr></table>	Группа ТС по риску «Угон»	Тариф, %
Группа ТС по риску «Угон»	Тариф, %				
Группа №1	7.0				

			Группа №2	4.0	
			Группа №3	3.0	
			Группа №4	2.0	
			5. Базовые тарифы по риску «Ущерб» для всех ТС (в % от страховой суммы) найдите в сети Интернет. По рассматриваемому ТС к риску «Ущерб» применяется поправочный коэффициент (марка, модель) 0.9 и поправочный коэффициент (стаж, возраст) 0.79. Задание. Произведите расчет страхового тарифа по рискам «Пожар», Угон» и «Ущерб», а также страховую премию на примере комплексного автострахования КАСКО с учетом указанных рисков.		
	3. Демонстрирует навыки принимать комплексные и эффективные маркетинговые решения в области инвестиционного и портфельного управления проектами.	Знать: состав и структуру затрат при составлении инвестиционного проекта.	<i>Задание 1</i> Объяснением, почему максимизация прибыли на протяжении фиксированного периода времени не всегда является основной целью деятельности предприятия в области ценообразования, является... ___: Максимизация прибыли не может быть достигнута на этапе «внедрения» жизненного цикла (вывода на рынок) продукта, обладающего свойствами схожими со свойствами товаров-аналогов. ___: Максимизация прибыли является производной задачей от более глобальной цели — максимизации ценности фирмы. ___: Главной целью деятельности предприятия является максимизация социального эффекта. ___: Максимизация прибыли не может быть достигнута на этапе «спада» жизненного цикла		

		Уметь: применять методологию ценообразования при определении затрат инвестиционного проекта.	<i>Задание 1</i> Определить величину компенсации дохода, если в договоре о продаже будет использована формула скользящей цены*. Следующие условия производства продукции. Объем партии продукции – 1500 изделий. Рентабельность производства $R = 24\%$. Себестоимость изделия $C_o = 825$ руб. Данные для формулы скользящей цены. Процентная доля материала $A_o = 40\%$ Стоимость материала на момент отгрузки продукции $m_1 = 370$ руб. Стоимость электроэнергии в себестоимости C_o: $e_o = 82,5$ руб., а при отгрузке продукции $e_1 = 100$ руб. Стоимости оплаты труда: $d_o = 247,5$ руб. и $d_1 = 250$ руб. Примечание.* Компенсация - это разница в доходах между выручкой, рассчитанной с использованием рентабельности и выручкой, рассчитанной по формуле скользящей цены.
	4. Применяет навыки владения искусством управления продажами.	Знать: элементы структуры цены финансовых продуктов, основные нормативно-правовые и законодательные акты, регулирующие ценовую деятельность финансовых	<i>Задание 1</i> К основным чертам моноканальных продаж на рынке финансовых услуг можно отнести: а) единое информационное пространство по всем каналам продаж; б) построение моделей операционной деятельности, направленных на интеграцию онлайн- и оффлайновых каналов;

		организаций; затратные, рыночные и нормативно-параметрические методы ценообразования, используемые в ходе осуществления продаж финансовых продуктов и услуг.	в) использование преимущественно только одного канала продаж; г) формирование потребительского опыта через все возможные каналы продаж и коммуникации. Все ответы обоснуйте. <i>Задание 2</i> Установить взаимосвязь жизненного цикла финансового продукта (ЖЦФП) с построением финансовой организацией эффективной ценовой политики. <i>Вопросы:</i> 1. Обозначьте координаты осей, все стадии и названия кривых графика жизненного цикла финансового продукта (ЖЦФП). 2. Дайте характеристику каждой стадии ЖЦФП. 3. Постройте кривую жизненного цикла для выбранного Вами нового страхового/банковского продукта/услуги. 4. Сформулируйте эффективные ценовые стратегии на каждой стадии ЖЦФП с использованием информационных технологий. Все ответы обоснуйте.
		Уметь: применять методы определения цены на финансовые продукты и услуги, осуществлять выбор наиболее оптимального варианта цены из нескольких вариантов, проводить расчет ценовой эластичности в целях	<i>Задание 1</i> Определить, какому характеру (эластичный или неэластичный) отвечает кривая спроса AD, а также расчётом дохода показать, выгодно или нет понижать цену, т.е. переходить от точки продаж A к точке D. Точка A. $p_A=950$ руб.; $Q_A=2\ 310$ шт. Точка D. $p_D=430$ руб.; $Q_D=3\ 080$ шт. <i>Задание 2</i>

		эффективного управления продажами финансовыми продуктами и услуг.	Определить какому характеру (эластичный или неэластичный) отвечает кривая спроса DE, а также расчётом дохода показать, выгодно или нет повышать цену, т.е. от точки продаж E переходить к точке D. Точка E. $P_E = 98$ руб.; $Q_D = 36\,300$ шт. Точка D. $p_D = 170$ руб.; $Q_A = 16\,420$ шт.
ПКН 4 Способность руководить проектной и процессной деятельностью в организации, а также выявлять, оценивать и реализовывать новые рыночные возможности, управлять материальными и финансовыми потоками, а также всеми видами рисков деятельности экономических систем	1. Использует методы проектного менеджмента для организации управления проектами различного характера и управления портфелем проектов.	Знать: основные подходы к управлению стоимостью и финансирование м проекта (Project Cost and Finance Management).	<i>Задание 1</i> Объясните, как определить стоимость проекта? <i>Задание 2</i> Дайте характеристику того, что такое смета и какую информацию она дает менеджеру проекта? <i>Задание 3</i> Объясните, что такое бюджет проекта как его разработать?
		Уметь: разрабатывать систему управления стоимостью проекта.	<i>Задание 1</i> Определить на каком из участков кривой спроса AC или CD для товара N возможно изменение цен, если получены такие экспериментальные данные по спросу для трёх уровней цен: Точка A. $p_1 = 30$ руб.; число продаж $Q_1 = 10$ шт. $P_2 = 28$ руб. число продаж $Q_2 = 13$ шт. Точка C. $p_1 = 27$ руб.; число продаж $Q_1 = 60$ шт. $P_2 = 25$ руб. число продаж $Q_2 = 65$ шт. Точка D. $p_1 = 23$ руб.; число продаж $Q_1 = 120$ шт.

			$P_2 = 21$ руб. число продаж $Q_2 = 130$ шт.																																										
2. Демонстрирует владение методами управления бизнес-процессами и их реинжиниринга.	Знать: основные положения ценообразования на новую продукцию.	<i>Задание 1</i> Произведите расчет цены выводимой на рынок новой финансовой услуги (НФУ), находящейся в одном параметрическом ряду с уже существующей на рынке аналогичной финансовой услугой (АФУ) с использованием метода балльных оценок нормативно-параметрического ценообразования. Известны следующие данные: Таблица 1 <table><tr><th rowspan="3">Параметры услуги</th><th colspan="4">Экспертная балльная оценка</th></tr><tr><th colspan="2">АФУ</th><th colspan="2">НФУ</th></tr><tr><th>балл</th><th>коэффициент весомости</th><th>балл</th><th>коэффициент весомости</th></tr><tr><td>Параметр 1</td><td>20</td><td>0,3</td><td>21</td><td>0,3</td></tr><tr><td>Параметр 2</td><td>14</td><td>0,2</td><td>14</td><td>0,2</td></tr><tr><td>Параметр 3</td><td>33</td><td>0,3</td><td>37</td><td>0,3</td></tr><tr><td>Параметр 4</td><td>10</td><td>0,2</td><td>19</td><td>0,2</td></tr></table> Таблица 2 <table><tr><th>Показатель</th><th>АФУ</th><th>НФУ</th></tr><tr><td>Себестоимость, ден. ед.</td><td>55000</td><td>?</td></tr><tr><td>Рентабельность, %</td><td>15</td><td>16,5</td></tr></table>		Параметры услуги	Экспертная балльная оценка				АФУ		НФУ		балл	коэффициент весомости	балл	коэффициент весомости	Параметр 1	20	0,3	21	0,3	Параметр 2	14	0,2	14	0,2	Параметр 3	33	0,3	37	0,3	Параметр 4	10	0,2	19	0,2	Показатель	АФУ	НФУ	Себестоимость, ден. ед.	55000	?	Рентабельность, %	15	16,5
	Параметры услуги	Экспертная балльная оценка																																											
АФУ		НФУ																																											
балл		коэффициент весомости	балл	коэффициент весомости																																									
Параметр 1	20	0,3	21	0,3																																									
Параметр 2	14	0,2	14	0,2																																									
Параметр 3	33	0,3	37	0,3																																									
Параметр 4	10	0,2	19	0,2																																									
Показатель	АФУ	НФУ																																											
Себестоимость, ден. ед.	55000	?																																											
Рентабельность, %	15	16,5																																											
	Уметь: использовать рыночные, затратные и нормативно-правовые	<i>Задание 1</i> Рассчитать цену изделия способом переменных издержек. Приводим исходные данные на единицу изделия. Материалы составляют 395 руб.;																																											

		методы ценообразования на новую продукцию.	электроэнергия 70 руб.; освещение 8 руб.; топливо на технологические цели 25 руб.; постоянные и переменные цеховые расходы 190 и 270 руб. <i>Задание 2</i> Тендерное ценообразование. Цена изделия 190 руб. Верхний предел цены на торгах снижении на 20% составит 152 руб. Объем заказа 2000 изделий. Поскольку производственные мощности используются не полностью, затраты фирмы сводятся к переменным затратам. Определить шкалу вероятностной прибыли $ПР_{\text{вер.}}$ для фирмы L. <table><tr><td>Возможные цены, Р, на торгах, руб.</td><td>70</td></tr><tr><td>Снижение с первоначальной цены, %</td><td>63</td></tr><tr><td>Переменные затраты фирмы L, руб.</td><td>50</td></tr><tr><td>Валовая прибыль фирмы L, тыс. руб.</td><td>?</td></tr><tr><td>Вероятность выигрыша торгов для фирмы L, %</td><td>95</td></tr><tr><td>Вероятностная прибыль для фирмы L, тыс. руб</td><td>?</td></tr></table>	Возможные цены, Р, на торгах, руб.	70	Снижение с первоначальной цены, %	63	Переменные затраты фирмы L, руб.	50	Валовая прибыль фирмы L, тыс. руб.	?	Вероятность выигрыша торгов для фирмы L, %	95	Вероятностная прибыль для фирмы L, тыс. руб	?
Возможные цены, Р, на торгах, руб.	70														
Снижение с первоначальной цены, %	63														
Переменные затраты фирмы L, руб.	50														
Валовая прибыль фирмы L, тыс. руб.	?														
Вероятность выигрыша торгов для фирмы L, %	95														
Вероятностная прибыль для фирмы L, тыс. руб	?														
3. Реализует способность управления материальными и финансовыми потоками:	Знать: цели и этапы разработки ценовой политики финансовой организации, научные принципы разработки ценовой	<i>Задание 1</i> Принцип «единства процесса ценообразования и контроля» подразумевает... ___: необходимость определения конкретных экономических и социальных задач, которые предприятие будет решать в результате использования выбранного подхода к ценообразованию.													

		политики финансовой организации.	___: учет в ценообразовании объективных экономических законов, спроса и предложения, закона стоимости, конкуренции и др. рыночных факторов; ___: продукция на каждом этапе ее изготовления имеет свою цену; ___: необходимость проверки правильности применения установленных законодательством правил ценообразования <i>Задание 2</i> Принцип «научной обоснованности цен» подразумевает... ___: необходимость определения конкретных экономических и социальных задач, которые предприятие будет решать в результате использования выбранного подхода к ценообразованию ___: учет в ценообразовании объективных экономических законов, спроса и предложения, закона стоимости, конкуренции и др. рыночных факторов ___: продукция на каждом этапе ее изготовления имеет свою цену ___: необходимость проверки правильности применения установленных законодательством правил ценообразования
		Уметь: разрабатывать ценовую политику финансовой организации с учетом стратегических целей и использованием	<i>Задание 1</i> Банк хочет использовать нормативно-параметрическое ценообразование и построить параметрический ряд на кредиты, предоставляемые предприятиям розничной торговли для закупок товарных запасов. В качестве параметров для данной модели примем:

		информационны х технологий. • параметр 1 — сумма кредита (базовая сумма — 100 тыс. долл.); • параметр 2 — срок кредита (базовый срок — 1 месяц); • параметр 3 — обеспечение кредита (базовое — высоколиквидные ценные бумаги); • параметр 4 — тип заемщика (базовый тип — сетевая фирма с иностранным капиталом). Ставка кредита базового типа в данном банке установлена 19,0% годовых. Далее предположим, что с учетом различной значимости для банка параметров 1—4 их оценка проводится по следующим шкалам: • параметр 1 — балльная оценка для базового варианта составляет 2,0, удельный вес данного параметра — 0,1 и за каждые дополнительные 100 тыс. добавляется 0,1 балла; • параметр 2 — балльная оценка для базового варианта составляет 3,0, удельный вес данного параметра 0,3 и за каждый дополнительный месяц пользования кредитом добавляется 0,2 балла; • параметр 3 — балльная оценка для базового варианта составляет 4,0, удельный вес данного параметра 0,4 и за каждое ухудшение обеспечения (по шкале, определенной банком заранее) добавляется 0,25 балла; • параметр 4 — балльная оценка для базового варианта составляет 4,0, удельный вес данного параметра 0,2 и за каждое ухудшение категории заемщика (по шкале, определенной банком заранее) добавляется 0,3 балла. Задание. 1. Проведите расчет кредитной ставки для заемщика со следующими характеристиками: • параметр 1 — сумма займа 300 тыс. долл.;
--	--	---

			• параметр 2 — срок кредита 4 месяца; • параметр 3 — обеспечение кредита — товарные запасы, приобретаемые за счет кредита, что по классификации данного банка ухудшает категорию обеспечения на 2 позиции; • параметр 4 — заемщик — несетевоуниверсам, что по классификации данного банка ухудшает категорию заемщика на 3 позиции.
4. Выявляет риски, существующие в деятельности организации, и управляет ими		Знать: внешние и внутренние риски формирования ценовой политики финансовой организации.	<i>Задание 1</i> К внешним факторам, факторам, оказывающим влияние на разработку ценовой политики, относятся ... ___: маркетинговая политика организации ___: специфика, уникальность и жизненный цикл продукции ___: модель рыночных отношений и уровень конкуренции ___: структура и динамика расходов, связанных с производством и реализацией продукции ___: характер потребительского спроса и платежеспособность населения ___: политическая стабильность в стране
		Уметь: применять методы маркетингового анализа внешних и внутренних рисков разработки ценовой политики финансовой организации.	<i>Задание 1</i> В ходе осуществления этапа разработки ценовой политики «Определение потенциальных покупателей» решаются следующие вопросы... ___: какова экономическая ценность данного товара или услуги для покупателей? ___: должны ли цены способствовать развитию рынка путем привлечения к покупке товара новых категорий клиентов?

			___: какие факторы, кроме экономической цены товара, могут повлиять на чувствительность покупателей к уровню цены? ___: можно ли методами маркетинга и позиционирования товара повлиять на готовность покупателей платить за товар предпочитаемую фирмой цену и каким образом это можно сделать наиболее эффективно? <i>Задание 2</i> К этапу «Анализа исходной информации» процесса разработки ценовой политики относится: ___: сегментный анализ рынка ___: анализ конкуренции ___: оценка затрат ___: финансовый анализ
--	--	--	--

Промежуточный контроль проводится в форме экзамена по итогам модуля, оценки итоговых знаний и в соответствии с критериями Финансового университета реализуется следующим образом:

№	Вид отчетности	Баллы
1.	Работа в семестре	40
2.	Экзамен	60
	Итого:	100

Примерный перечень вопросов к экзамену:

1. Цена как элемент комплекса маркетинга. Роль ценообразования в рыночной деятельности финансовой организации.

2. Активная и пассивная концепции ценообразования.
3. Цели и принципы формирования ценовой политики финансовой организации.
4. Затратные методы ценообразования на финансовом рынке.
5. Рыночные методы ценообразования на финансовом рынке.
6. Нормативно-параметрические методы ценообразования на финансовом рынке.
7. Управление ценообразованием на банковские продукты.
8. Основные подходы к ценообразованию (тарификации) в страховании.
9. Методология трансфертного ценообразования.
10. Факторы, определяющие чувствительность потребителей к цене на финансовом рынке.
11. Стратегии конкурентного ценообразования на финансовом рынке.
12. Стратегии ценообразования в зависимости от степени гибкости цен на финансовом рынке.
13. Стратегии ассортиментного ценообразования на финансовом рынке.
14. Стратегии дифференцированных цен на финансовом рынке.
15. Стратегии ценообразования при выводе на финансовый рынок нового продукта.
16. Стратегии ценообразования, основанные на воспринимаемой ценности финансового продукта.
17. Последовательность и содержание этапов процесса разработки ценовой стратегии финансовой организации.
18. Функции цен: регулирования и контроля, измерительная, стимулирующая.
19. Применение ценовых стратегий на различных этапах жизненного цикла (ЖЦ).

20. Тактические инструменты реализации ценовой стратегии.

Пример экзаменационного билета

1. Какие принципы ценообразования можно выделить?

Приведите примеры. (30 баллов).

2. Тестовые задания (10 баллов):

2.1. К внутренним факторам, оказывающим влияние на разработку ценовой политики, относятся ...

- ☐: маркетинговая политика организации
- ☐: специфика, уникальность и жизненный цикл продукции
- ☐: структура и динамика расходов, связанных с производством и реализацией продукции
- ☐: характер потребительского спроса и платежеспособность населения

2.2. Ценовая политика — это...:

- ☐: общие цели, которых фирма хочет достичь с помощью цен на свою продукцию
- ☐: процесс установления цены, основанный на реализации общих принципов стратегии ценообразования
- ☐: получение максимальной прибыли
- ☐: деятельность фирмы по разработке системы скидок

2.3. Максимизация прибыли на протяжении фиксированного периода времени не может являться основной целью деятельности предприятия в области ценообразования, поскольку...

- ☐: Максимизация прибыли не может быть достигнута на этапе «внедрения» жизненного цикла (вывода на рынок) продукта, обладающего свойствами схожими со свойствами товаров-аналогов.
- ☐: Максимизация прибыли является производной задачей от более глобальной цели — максимизации ценности фирмы.
- ☐: Главной целью деятельности предприятия является максимизация социального эффекта.
- ☐: Максимизация прибыли не может быть достигнута на этапе «спада» жизненного цикла (падения продаж).

2.4. Принцип «научной обоснованности цен» подразумевает...

- ☐: необходимость определения конкретных экономических и социальных задач, которые предприятие будет решать в результате использования выбранного подхода к ценообразованию
- ☐: учет в ценообразовании объективных экономических законов, спроса и предложения, закона стоимости, конкуренции и др. рыночных факторов
- ☐: продукция на каждом этапе ее изготовления имеет свою цену
- ☐: необходимость проверки правильности применения установленных законодательством правил ценообразования

2.5. При использовании затратного подхода к ценообразованию право устанавливать цену должно принадлежать...

- ___: отделу маркетинга и сбыта;
- ___: отделу главного технолога;
- ___: финансовым службам и бухгалтерии;
- ___: отделу материально-технического снабжения

3. Практико-ориентированное задание (20 баллов).

Финансовая организация предлагает на рынке условный финансовый продукт. В течение восьми периодов цена и спрос на продукт изменяются (табл.). Известна величина переменных затрат на единицу финансового продукта.

№ периода	Цена за ед. фин. продукта, руб.	Переменные затраты на ед. фин. продукта, руб.	Спрос, ед.	Коэфф. эластичности спроса по цене	Маржинальный доход на ед. фин. продукта, руб.	Маржинальный доход на весь объем фин. продуктов, руб.
1	45000	17858	677			
2	47000	17858	650			
3	47500	17858	642			
4	49000	17858	633			

Задание.

На основе расчетов с использованием указанных в табл. данных определите:

- значение коэффициента эластичности спроса по цене на финансовый продукт (попарно сопоставляя периоды);
- тип эластичности спроса для данного типа финансовых продуктов;
- маржинальный доход на единицу финансового продукта за каждый период;
- общий маржинальный доход на весь объем реализованных финансовых продуктов за каждый период;
- предпочтительный вариант цены с точки зрения финансовой организации.

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

Законодательные и нормативные акты

1. Конституция Российской Федерации (ст. 71).
2. Гражданский кодекс РФ. Часть I. Главы 27, 28.
3. Налоговый кодекс РФ. Часть II. Глава 25.
4. Указ Президента Российской Федерации от 28.02.1995 № 221 «О мерах по

- упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)». (с изм. и доп.)
5. Федеральный конституционный закон от 17.12.1997 № 2-ФКЗ «О Правительстве Российской Федерации». (с изм. и доп.)
6. Федеральный закон от 17.08.1995 г. № 147-ФЗ «О естественных монополиях». (с изм. и доп.)
7. Федеральный закон от 28.08.1995 г. № 154-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации». (с изм. и доп.)
8. Федеральный закон Российской Федерации от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». (с изм. и доп.)
9. Методические рекомендации по формированию и применению свободных цен и тарифов на продукцию, товары и услуги, утвержденных Министерством экономики РФ (06.12.1995 № СИ-484/7-982). (с изм. и доп.)
10. Методические рекомендации по разработке ценовой политики предприятия. Утв. Приказом Минэкономики РФ от 01.10.1997 № 118. (с изм. и доп.)

Основная литература

11. 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. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535955> (дата обращения: 13.05.2024). — Текст: электронный.

Дополнительная литература

12. Карпова, С.В. Управление ценами: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям подготовки (квалификация (степень) "бакалавр") / С.В. Карпова, В.Н. Русин, И.В. Рожков; под ред. С.В. Карповой; Финуниверситет. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Инфра-М,

2023 — 258 с.: ил. — (Высшее образование: Бакалавриат). — Подготовлен по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по Гос. заданию Финуниверситета. - Текст: непосредственный. - То же. - ЭБС ZNANIUM. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1876530> (дата обращения: 13.05.2024). – Текст : электронный.

13. Ценообразование : учебник / под ред. проф. В. А. Слепова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. — 304 с. — (Бакалавриат). - ISBN 978-5-9776-0455-0. - ЭБС ZNANIUM. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2086781> (дата обращения: 13.05.2024). – Текст : электронный.

14. Магомедов, М. Д. Ценообразование : учебник / М. Д. Магомедов, Е. Ю. Куломзина, И. И. Чайкина. - 7-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2023. - 246 с. - ISBN 978-5-394-05463-1. - ЭБС ZNANIUM. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2085561> (дата обращения: 13.05.2024). – Текст : электронный.

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

Электронные ресурсы БИК:

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.ru>
5. Образовательная платформа Юрайт <https://urait.ru/>
6. Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>

7. Справочно-образовательная система Актион 360
<https://action360.ru/>
8. Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
9. Электронная библиотека издательства «МИФ» («Манн, Иванов и Фербер») <https://fa.miflib.ru/auth/#/registration>
10. Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»
<https://grebennikon.ru/>
11. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
12. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
13. Финансовая справочная система «Финансовый директор»
<http://www.1fd.ru/>
14. Ресурсы информационно-аналитического агентства по финансовым рынкам Cbonds.ru <https://cbonds.ru/>
15. СПАРК <https://spark-interfax.ru/>
16. STATISTA <https://www.statista.com/>
17. Academic Reference <http://ar.cnki.net/ACADREF>
18. Henry Stewart Talks: Библиотека Онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу <https://hstalks.com/business/>
19. Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks <http://link.springer.com/>
20. Электронные продукты издательства Elsevier
<http://www.sciencedirect.com>
21. Emerald: Management eJournal Portfolio
<https://www.emerald.com/insight/>
22. JSTOR. Arts & Sciences I Collection <https://www.jstor.org/>
23. Библиотека электронных публикаций Организации экономического сотрудничества и развития OECD iLibrary <https://www.oecd-ilibrary.org/>

24. Видеотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология управления» <http://eduvideo.online/>

25. База данных научных журналов издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>

26. Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>

- Annual Reviews
- Cambridge University Press
- The Institute of Physics (IOP) Publishing
- Nature
- Oxford University Press
- Royal Society of Chemistry
- SAGE Publications
- Science
- Taylor & Francis Group

Периодические издания

1. Компания.
2. Маркетинг.
3. Маркетинг в России и за рубежом.
4. Маркетинг и маркетинговые исследования.
5. Менеджмент качества.
6. Менеджмент в России и за рубежом.
7. Мировая экономика и международные отношения.
8. Проблемы теории и практики управления.
9. Реклама. Теория и практика.
10. Секрет фирмы.
11. Управление каналами дистрибуции.
12. Управление продажами.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Студентам при подготовке следует использовать нормативные документы Финансового университета, Методические рекомендации по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, утвержденные приказом Финуниверситета от 11.05.2021 г. № 1040 (см. сайт Финансового Университета: на главной странице раздел «Наш университет»; далее «Единая правовая база Финуниверситета»), использовать методические рекомендации кафедры.

Методические рекомендации к решению практико-ориентированных и ситуационных заданий.

Решение практико-ориентированных и ситуационных заданий относится к активным методам обучения, методам, которые побуждают студентов к активной мыслительной и практической деятельности в процессе овладения учебным материалом по дисциплине «Ценообразование и управление ценами на финансовом рынке».

Использование практико-ориентированных и ситуационных заданий на занятии позволяет повысить интерес к изучаемой дисциплине, способствует развитию исследовательских, коммуникативных и творческих навыков принятия решений, поскольку акцент обучения переносится на сотворчество студента и преподавателя.

Практико-ориентированное и ситуационное задание включает проблемно-ситуационный анализ, основанный на обучении путем решения конкретных реальных задач – ситуаций (решение кейсов).

В результате решения практико-ориентированных и ситуационных заданий у студентов формируется:

- коллективная выработка решений;
- многоальтернативность решений и принципиальное отсутствие единственного решения;
- наличие модели социально-экономической системы, состояние которой рассматривается в определенный момент времени;
- единая цель при выработке решений;
- наличие системы группового оценивания деятельности;
- наличие управляемого эмоционального напряжения обучаемых.

Практико-ориентированное и ситуационное задание выступает как специфическая разновидность проектной технологии коллективного обучения, важнейшими составляющими которой является работа в группе (или подгруппах) и взаимный обмен информацией; также эти задания включают в себя операции исследовательского процесса и аналитические процедуры.

Решение практико-ориентированных и ситуационных заданий (кейс-стади) рекомендуется проводить в пять этапов:

1. Первоначальное знакомство с материалом.
2. Предварительное обсуждение ситуации в аудитории для того, чтобы преподаватель убедился в хорошем усвоении материала и правильном понимании всеми обучаемыми проблем, поставленных в ситуации.
3. Анализ практической ситуации в группе (подгруппе) — этап самостоятельной работы студентов.
4. Межгрупповая дискуссия организуется на основе сообщений групп (подгрупп).
5. Подведение итогов осуществляется сначала желающими высказаться из аудитории, а затем самим преподавателем, ведущим занятие, который дает оценку выводам групп (подгрупп) и отдельных участников, а также всему ходу дискуссии.

Решая практико-ориентированное и ситуационное задание посредством совместной деятельности, студенты формируют проблемы и пути их решения, систематизируют источники информации для осознания вариантов эффективных действий.

К преимуществам при выполнении студентами практико-ориентированных и ситуационных заданий можно отнести:

- использование принципов проблемного обучения – применение верных решений в условиях неопределенности; получение навыков решения реальных проблем; возможность работы группы на едином проблемном поле, при этом процесс изучения, по сути, имитирует механизм принятия решения в жизни, он более адекватен жизненной ситуации, чем заучивание терминов с последующим пересказом, поскольку требует не только знания и понимания терминов, но и умения оперировать ими, выстраивая логические схемы решения проблемы, аргументировать свое мнение;

- разработка алгоритма принятия решений;
- формирование нестереотипного мышления;
- овладение навыками исследования ситуаций;
- получение навыков работы в команде;
- выработка навыков простейших обобщений;
- получение навыков презентации;
- получение навыков пресс-конференции, умения формулировать вопрос, аргументировать ответ;
- разработка плана действий, ориентированных на намеченный результат;

- применение полученных теоретических знаний для решения практических задач, в том числе при изучении других дисциплин.

Технология принципов работы при выполнении студентами практико-ориентированных и ситуационных заданий (кейс-стади) приведена в таблице. Она отражает действия преподавателя и студента с

учетом последовательных этапов работы над решением практического задания.

Таблица 6

Подготовка и обучение

Этапы работы	Действия преподавателя	Действия студента
До занятия (самостоятельная работа)	1. Подбирает задание (кейс). 2. Определяет основные и вспомогательные материалы для подготовки студентов. 3. Разрабатывает сценарий занятия.	1. Получает задание (кейс) и список рекомендуемой литературы. 2. Индивидуально готовится к занятию.
Во время занятия (аудиторная работа)	1. Организует предварительное обсуждение задания (кейса). 2. Делит группу на подгруппы. 3. Руководит обсуждением задания (кейса) в подгруппах, обеспечивая их дополнительными сведениями.	1. Задаёт вопросы, углубляющие понимание задания (кейса) и проблемы. 2. Разрабатывает варианты решений, слушает, что говорят другие. 3. Принимает или участвует в принятии решений.
В конце и после занятия (аудиторная и самостоятельная работа)	1. Оценивает работу студентов. 2. Оценивает принятые решения и поставленные вопросы.	1. Составляет письменный отчет, презентацию, по данному заданию (кейсу).

При организации работы по решению практико-ориентированных и ситуационных заданий полезно иметь общую информацию о разных методиках обучения, например, методике модерации и методике генерации идей, реализуемой через методы «мозговой атаки» или «мозгового штурма».

Использование практико-ориентированных и ситуационных заданий позволяет установить оптимальное сочетание теоретического обучения и практических навыков, демонстрировать академическую теорию с точки зрения реальных событий.

Методические рекомендации по проведению дискуссии:

В дискуссии выделяют три этапа: подготовительный, основной и этап подведения итогов и анализа.

1. Подготовительный этап.

Подготовительный этап, как правило, начинается за 7-10 дней до проведения дискуссии. Учебные дискуссии должны быть хорошо подготовлены. Для подготовки и проведения дискуссии преподаватель формирует временную группу (до пяти человек), задачами которой являются:

- подготовка дискуссии: выделение в теме проблемных вопросов; подбор материала, который должны освоить все учащиеся для того, чтобы дискуссия была более плодотворной и содержательной; проверка готовности группы к обсуждению; определение круга докладчиков или экспертов (если это необходимо); подготовка помещения, информационных материалов, средств фиксации хода обсуждения и т.д.
- выбор варианта ведения дискуссии и варианта проведения семинарского занятия в целом (например, переход к проектам и т.д.);
- проведение «мозговой атаки»;
- выработка правил;
- пересмотр и переформулирование в процессе дискуссии, целей, проблем, если обсуждение зашло в тупик;
- выявление и обсуждение разногласий или расхождений точек зрения.

2. Основной этап.

Для преподавателя во время проведения дискуссии важны три момента: время, цель, итог. Начинается дискуссия с вступления ведущего, которое не должно продолжаться более 5-10 минут. Во вступлении ведущий должен раскрыть основные моменты темы и наметить проблемы для обсуждения.

Этапы проведения дискуссии:

- Постановка проблемы
- Разбивка участников на группы

- Обсуждение проблемы в группах
- Представление результатов
- Продолжение обсуждения и подведение итогов

3. Этап подведения итогов и анализа дискуссии.

Общий итог в конце дискуссии – это не столько конец размышления над данной проблемой, сколько ориентир в дальнейших размышлениях, возможный отправной момент для перехода к изучению следующей темы. Важно заранее продумать форму подведения итогов, которая соответствует ходу и содержанию дискуссии. Итог может подводиться в простой форме краткого повторения хода дискуссии и основных выводов, к которым пришли группы, и определения перспектив.

Методические рекомендации к подготовке презентаций

Создание материалов-презентаций — это вид самостоятельной работы студентов по созданию самостоятельных информационных материалов, включающих элементы мультимедиа, графики и пр. Этот вид работы требует координации навыков студента по сбору, систематизации, переработке информации, оформления ее в виде подборки материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде. То есть создание материалов презентаций расширяет методы и средства обработки и представления учебной информации, формирует у студентов навыки работы на компьютере. Презентации готовятся студентом в виде слайдов с использованием программы Microsoft PowerPoint или других программных продуктов схожего функционала.

Не рекомендуется:

- перегружать слайд текстовой информацией;
- использовать блоки сплошного текста;
- в нумерованных и маркированных списках использовать уровень вложения глубже двух;

- использовать переносы слов;
- использовать наклонное и вертикальное расположение подписей и текстовых блоков;
- текст слайда не должен повторять текст устного доклада.

Методические указания по выполнению проектной работы

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Проектная работа является одной из форм аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы студентов и может реализовываться как в письменном виде, так и с использованием информационных технологий и специализированных программных продуктов. Проектная работа представляет собой работу исследовательского характера. Отличительными особенностями выполнения проектной работы являются: высокая степень самостоятельности, умение логически обрабатывать материал, сравнивать, сопоставлять и обобщать материал, классифицировать материал по тем или иным признакам, высказывать свое отношение к описываемым явлениям и событиям, давать собственную оценку какой-либо работы и др. Проектная работа выполняется индивидуально. Целью выполнения проектной работы является подготовка студента к созидательной, исследовательской деятельности научного, практического или методологического характера, а также формирование навыков творческого представления полученных результатов.

Результаты выполнения проектной работы могут быть обсуждены на семинарских (практических) занятиях. Примерный перечень тем проектных работ содержится в рабочей программе дисциплины. Проектная работа выполняется под методическим руководством преподавателя, ведущего

семинарские (практические) занятия. Оценка выполнения проектной работы осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости студентов.

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ ПРОЕКТНОЙ РАБОТЫ

Проектная работа выполняется обучающимся в соответствии с заданием и методическими рекомендациями. Написанию проектной работы должно предшествовать изучение указанных в тематике проектной работы источников информации, анализ и усвоение содержащихся в них положений. При изложении теоретических вопросов не допускается простое переписывание источников и использование искусственных средств генерации текста. Ответы на вопросы обучающийся должен излагать самостоятельно. Сроки представления проектной работы на проверку определяются календарным учебным графиком и приказом «Об организации учебного процесса на соответствующий учебный год». Не допускается предъявление проектной работы на проверку во время экзамена (зачета). Выполненную проектную работу обучающийся сдает для регистрации на кафедру, где она регистрируется в соответствующем журнале. Данный журнал заводится на каждый курс/группу, структурируется по изучаемым на данном курсе учебным дисциплинам, по которым предусмотрено выполнение письменных работ. Зарегистрированные в журнале учета работ студента проектные работы получает под роспись преподаватель кафедры, за которым закреплена учебная нагрузка в части проверки проектной работы по соответствующей учебной дисциплине. В журнале фиксируется дата получения работы от обучающегося, дата получения работы преподавателем (заверяется подписью преподавателя), результат проверки работы, дата окончания проверки работы преподавателем (заверяется подписью преподавателя). Проектная работа должна быть проверена преподавателем в течение 10 рабочих дней с момента его получения на кафедре. По результатам

проверки проектной работы выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено» на титульном листе проектной работы, заносится в «Ведомость учета проверенных работ». Проектные работы, по которым выставлена оценка «зачтено», обучающимся не возвращаются и хранятся на кафедре до конца учебного года, после чего уничтожаются. Не зачтенная работа (кроме работ, содержащих материалы ограниченного доступа) возвращается обучающемуся вместе с указаниями преподавателя по устранению недостатков, для повторного выполнения работы. На титульном листе повторно выполненной работы делается пометка «повторно» и передается для проверки преподавателю кафедры.

ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ПРОЕКТНОЙ РАБОТЫ

- четкость и последовательность изложения материала (решения);
- наличие обобщений и выводов, сделанных на основе изучения информационных источников по данной теме;
- предоставление в полном объеме решений имеющихся в задании;
- использование современных способов поиска, обработки и анализа информации;
- самостоятельность выполнения.

Проектная работа должна включать:

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

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

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ПРОЕКТНОЙ РАБОТЫ

Критериями оценки проектной работы служат следующие параметры:

- полнота раскрытия темы;
- логика изложения, глубина проработки теоретических основ проблемы и взаимосвязь отдельных рассматриваемых вопросов;
- качество оформления в соответствии с предъявляемыми требованиями;
- отношение студента к работе.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, являющемуся автором работы, соответствующей всем предъявляемым требованиям, в том числе формальным. При этом в работе студент должен:

- а) продемонстрировать умение раскрыть актуальность заявленной темы; проиллюстрировать ее сформулированными теоретическими предложениями;
- б) соблюдать логику и последовательность изложения, рассматриваемых вопросов;
- в) показать умение анализировать и делать выводы по всему представленному материалу;
- г) грамотно и корректно подходить к текстовому материалу.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, являющемуся автором работы, не соответствующей предъявляемым требованиям. Оценка «не зачтено» выставляется также, если студент:

- а) не раскрыл актуальность темы исследования;
- б) не предложил теоретических разработок.

Оценка «не зачтено» также выставляется, если возникли обоснованные сомнения в том, что студент не является автором представленной работы (не ориентируется в тексте работы; не может дать ответы на уточняющие вопросы, касающиеся сформулированных в работе

теоретических и практических предложений и т.д.). Такое решение принимается и в том случае, если работа не соответствует предъявляемым требованиям.

СТРУКТУРА ПРОЕКТНОЙ РАБОТЫ

Проектная работа может содержать следующие разделы:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- теоретическая часть;
- практическая часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (при наличии).

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

11. 1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Windows Microsoft office;
2. Антивирус Kaspersky

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:

Не предусмотрено.

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

Учебно-лабораторное оборудование:

- Персональный компьютер
- Проектор

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов, размещенные на портале Финансового университета и доступные для использования в точках удаленного доступа и/или в помещениях Университета (электронная библиотека, программы для компьютерного тестирования, видео-лекции, учебно-методические материалы и др.).