

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Факультет «Высшая школа корпоративного управления»

*(наименование факультета)*

Кафедра управления фирмой

*(наименование кафедры)*

УТВЕРЖДЕНО

Декан ВШКУ

Календжян С.О.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.03 «Ценообразование на фирме»

*(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)*

38.04.02 Менеджмент

*(код, наименование направления подготовки)*

«Управление развитием бизнеса (организации)»

*(профиль)*

Магистр

*(квалификация)*

Очная

*(форма обучения)*

Год набора – 2021

Москва, 2020

Автор–составитель:

Доцент кафедры управления инновационными проектами  
к.э.н. С.А. Стерхова

Заведующий кафедрой управления фирмой:

академик РАН, д.э.н., профессор Э.Н. Крылатых

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
  - 6.1. Основная литература
  - 6.2. Дополнительная литература
  - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
  - 6.4. Нормативные правовые документы
  - 6.5. Интернет-ресурсы
  - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы**

1.1. Дисциплина Б1.В.03 «Ценообразование на фирме» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Код компонента компетенции</b>	<b>Наименование компонента компетенции</b>
ПКс ОС-5	Способен к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКс ОС-5.1	Осуществляет разработку, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации
ПКс ОС-5	Способен к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКс ОС-5.2	Осуществляет внедрение маркетинговых программ с использованием инструментов маркетинга

1.2. В результате освоения дисциплины Б1.В.03 «Ценообразование на фирме» у студентов должны быть сформированы:

<b>ОТФ/ТФ / трудовые или профессиональные действия</b>	<b>Код компонента компетенции</b>	<b>Результаты обучения</b>
ОТФ Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКс ОС-5.1 Осуществляет разработку, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	<b>на уровне знаний:</b> основные этапы процесса организации маркетинга в компании основные функции маркетинга планирование процесса маркетинга в компании методы оценки эффективности маркетинга в компании алгоритм анализа комплекса маркетинг-микс методы анализа информации по рынку и по компании базовые идеи, подходы, методы и результаты прикладной статистики, экспертных оценок, теории принятия решений и экономико-математического моделирования
		<b>на уровне умений:</b> применять методики анализа клиентов компании проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании

		<p>Формировать имидж и деловую репутацию организации</p> <p>Продвигать товары (услуги) организации на рынок</p> <p>Улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики</p> <p>Выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий</p> <p>Проводить анализ результативности коммуникационной политики</p> <p>Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики</p> <p><b>на уровне навыков:</b></p> <p>формирование и реализация маркетинговой стратегии компании</p> <p>Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации</p> <p>Разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации</p> <p>Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации</p> <p>Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации</p> <p>Формирование имиджа и деловой репутации организации</p> <p>Организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации</p> <p>Разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж</p> <p>Работа с инструментами прямого маркетинга</p> <p>Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений</p>
ОТФ Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов	ПКс ОС-5.2  Осуществляет внедрение маркетинговых программ с использованием	<p><b>на уровне знаний:</b></p> <p>Инструменты маркетинговых коммуникаций</p> <p>Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации</p> <p>Состав процесса стратегического и оперативного планирования</p>

<p>комплекса маркетинга</p>	<p>инструментов маркетинга</p>	<p>Организация рекламного дела Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации Методы оценки, результатов и эффективности труда Методы внедрения системы управления персоналом Основы работы по профориентации Методики планирования и прогнозирования потребности в персонале Цели, стратегия развития и бизнес-план организации Теории и методы формирования бренда организации Требования охраны и безопасных условий труда</p> <p><b>на уровне умений:</b></p> <p>Работать с информацией и базами данных по системе распределения Выполнять маркетинговые действия по выбору каналов распределения (дистрибуции) Создавать каналы распределения (дистрибуции) в организации Оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции) Проводить оценку сбытовой политики организации Управлять продажами товаров и услуг</p> <p><b>на уровне навыков:</b></p> <p>Разработка мер по внедрению инновационных товаров (услуг) Создание нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими Разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг) Тестирование инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский и международный рынки Реализация и совершенствование ассортиментной политики организации Проведение коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов)</p>
---------------------------------	------------------------------------	--

		Разработка технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда Реализация программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)
--	--	--

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.03 «Ценообразование на фирме» по учебному плану составляет 2 зачетных единицы; 72 академических часа, 3-й семестр. Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 18, в том числе лекции – 4 академических часа, практические занятия – 14 академических часов; на самостоятельную работу обучающихся – 54 академических часа.

Дисциплина Б1.В.03 «Ценообразование на фирме» является одной из базовых дисциплин в подготовке менеджеров, входит в дисциплины базовой части (вариативная часть).

Глубокое усвоение материала обеспечивается сочетанием аудиторных занятий и самостоятельной работы обучающихся с литературой и нормативными документами. Основным видом учебных занятий по данной дисциплине являются практические занятия, которые проводятся в виде дискуссий, семинаров, группового проектного обучения. Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра: для обучающихся очной формы обучения – в 3-м семестре. По дисциплине осуществляется текущий контроль и промежуточный контроль в форме зачета.

Успешная реализация цели и задач дисциплины Б1.В.03 «Ценообразование на фирме» достигается посредством получения обучающимися знаний, умений и навыков при изучении дисциплин базовой части Б1.О.01 «Современный менеджмент» (1-й семестр), Б1.О.02 «Методы исследования в менеджменте» (1-й семестр), Б1.В.08 «Экономика и управление предприятием» (1-й семестр), Б1.О.04 «Финансовый менеджмент и корпоративные финансы» (2-й семестр), Б1.В.01 «Управление маркетингом: современные методы» (1-й семестр), Б1.В.02 «Принятие управленческих решений / Managerial Decision Making» (2-й семестр).

Знания, полученные в процессе изучения дисциплины, служат основой для выполнения выпускной квалификационной работы по соответствующей тематике.

### Объем ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий и самостоятельная работа	Объем ДИСЦИПЛИНЫ, час.												
	Всего	Семестр											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная форма обучения													
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	18			18									
лекционного типа (Л)	4			4									
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)													

практического (семинарского) типа (ПЗ)		14			14									
контролируемая самостоятельная работа обучающихся (КСР)														
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		54			54									
Промежуточная аттестация	форма	зачет												
	час.													
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		72/2			72/2									

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем ДИСЦИПЛИНЫ, час.						Форма текущего контроля успеваем ости, промежут очной аттестаци и
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Основы рыночного ценообразования. Методология рыночного ценообразования	10	2		2		6	О,Т, Д
Тема 2	Виды цен и их классификация. Структурные элементы цены	10			2		8	О,Т, Д
Тема 3	Формирование свободных цен на отечественные товары	14	2		2		10	О,Т, Д
Тема 4	Особенности ценообразования на импортные товары	12			2		10	О,Т
Тема 5	Регулирование цен	12			2		10	О,Т
Тема 6	Ценообразование на мировом товарном рынке	14			4		10	О, ПЗ, ЛР
Промежуточная аттестация		зачет						КР
Всего:		72	4		14		54	

Примечание: 4 – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), дискуссия (Д), практическое задание (ПЗ), лабораторная работа (ЛР).



## **Содержание дисциплины**

### **Тема 1. Основы рыночного ценообразования. Методология рыночного ценообразования.**

Сущность и функции цены. Основные ценообразующие факторы. Взаимосвязь цен, финансов, налогов. Понятие цены для целей налогообложения. Цели ценовой политики компании. Методы ценообразования. Ценовые стратегии и модификации. Психологические аспекты восприятия цены

### **Тема 2. Виды цен и их классификация. Структурные элементы цены.**

Виды цен в зависимости от различных признаков. Франкировка цен. виды цен в зависимости от стадий товародвижения и их структура

### **Тема 3. Формирование свободных цен на отечественные товары**

Формирование свободных отпускных цен. Оптовые и торговые надбавки. Их структура и порядок включения в цену. Косвенные налоги в структуре цены отечественного товара

### **Тема 4. Особенности ценообразования на импортные товары.**

Таможенная стоимость как основа цены импортного товара и методы ее определения. Пошлины и налоги как элементы цены импортного товара. Структура розничной цены импортного товара.

### **Тема 5. Регулирование цен.**

Сущность и методы государственного регулирования цен. Современная практика применения косвенных методов регулирования цен в России. Административные методы регулирования цен.

### **Тема 6. Ценообразование на мировом товарном рынке.**

Понятие и сущность цен мирового товарного рынка. Виды мировых цен. Установление цены в соответствии с базисными условиями поставки.

## **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.**

**4.1.1.** В ходе реализации дисциплины Б1.В.04 «Ценообразование на фирме» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Основы рыночного ценообразования. Методология рыночного ценообразования	Опрос, тестирование, дискуссия
Виды цен и их классификация. Структурные элементы цены	Опрос, тестирование, дискуссия
Формирование свободных цен на отечественные товары	Опрос, тестирование, дискуссия
Особенности ценообразования на импортные товары	Опрос, тестирование
Регулирование цен	Опрос, тестирование
Ценообразование на мировом товарном рынке	Опрос, практическое задание, лабораторная работа

**4.1.2.** Зачет по дисциплине Б1.В.04 «Ценообразование на фирме» для выявления уровня освоения компетенции проводится в письменной форме.

## 4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

### Типовые оценочные материалы по теме 1

Вопросы для опроса по теме «Основы рыночного ценообразования. Методология рыночного ценообразования»

1. Какова роль цены в условиях рынка?
2. Что Вы понимаете под ценой как экономической категорией?
3. Какие экономические школы и как они трактуют теорию цены?
4. Какие определения цены Вы знаете?
5. Какие функции выполняет цена в условиях рынка?
6. Какие факторы влияют на формирование рыночных цен?
7. Каково значение предельных затрат для ценообразования?
8. Как классифицируются издержки в зависимости от объема выпускаемой продукции и по способу отнесения затрат на определенный вид продукции?
9. Какие факторы влияют на формирование издержек?
10. Как сказывается влияние спроса на формирование цены? Что означает ценовая эластичность?
11. Что Вы понимаете под ценностью товара и как она влияет на формирование цен?
12. В чем различие ценовой и неценовой конкуренции?
13. В чем проявляется вмешательство государства в ценовую политику предприятия?
14. В чем суть ценовой политики, каковы ее цели?
15. Какие факторы влияют на выбор целей ценообразования?
16. В каких случаях эффективна цель ценообразования, направленная на увеличение сбыта?
17. Что Вы понимаете под методом ценообразования?
18. Какие методы рыночного ценообразования Вы знаете? В чем преимущества и недостатки каждого из методов ценообразования?
19. Как учитываются издержки при использовании затратного метода ценообразования?
20. Что Вы понимаете под методом учетом затрат по сокращенной номенклатуре? В чем его преимущества?
21. Как учитываются спрос и ценовая эластичность при установлении цен?
22. Что Вы понимаете под ценовой стратегией?
23. Какие виды ценовых стратегий Вы знаете?
24. Какие факторы влияют на выбор ценовой стратегии?
25. Какие ценовые стратегии можно отнести к базовым?
26. В каких случаях эффективны стратегии «высоких» и «низких» цен?
27. В каких случаях можно рекомендовать фирмам стратегию нейтрального ценообразования?
28. Что включают в себя этапы разработки ценовой стратегии?
29. В чем суть стратегического анализа при выработке ценовых решений?

Тесты по теме «Основы рыночного ценообразования. Методология рыночного ценообразования»

1. Укажите еще два основных фактора ценообразования:
  - а) издержки
  - б) спрос потребителей
  - в) степень государственного вмешательства в ценовую политику
  - г) \_\_\_\_\_
  - д) \_\_\_\_\_

2. Издержки производства в зависимости от объемов выпускаемой продукции подразделяются на:
- а) постоянные
  - б) переменные
  - в) прямые
  - г) косвенные
  - д) накладные.
3. На стадии внедрения товара на рынок:
- а) цена товара низка
  - б) низки затраты на производство
  - в) высоки маркетинговые расходы
  - г) цена товара высока
  - д) высоки затраты на производство
  - е) низки затраты на рекламу.
4. Маркетинговые расходы стабилизируются на стадиях жизненного цикла товара:
- а) стадии разработки товара
  - б) стадии внедрения товара на рынок
  - в) стадии роста (объема продаж)
  - г) стадии зрелости товара
  - д) стадии спада.
5. Повышение ценности товара при сохранении прежнего уровня цен рационально, если:
- а) новая ценность товара оценивается покупателями положительно
  - б) имеется техническая возможность
  - в) имеется конкурентное преимущество фирмы относительно издержек
  - г) имеется возможность у конкурентов провести такую же ценовую политику
  - д) конкуренты не будут проводить такую же ценовую политику.
6. Коэффициент эластичности (ценовая эластичность) показывает зависимость между \_\_\_\_\_ и \_\_\_\_\_
7. При эластичном спросе снижение цены способствует:
- а) увеличению объема покупок
  - б) более быстрому спросу по сравнению со снижением цен
  - в) снижению объема покупок
  - г) более медленному росту спроса по сравнению со снижением цен.
8. Если величина перекрестной эластичности больше 0, то:
- а) оба товара взаимозаменяемы
  - б) повышение цен на один товар не ведет к повышению спроса на другой товар
  - в) оба товара не взаимозаменяемы
  - г) повышение цен на один товар ведет к повышению спроса на другой товар.
9. Цель - обеспечение выживаемости - ставится фирмами при условии:
- а) имеются избыточные производственные мощности
  - б) потребности покупателей не меняются
  - в) конкуренция значительна
  - г) потребности покупателей меняются значительно

д) конкуренция незначительна.

10. При завоевании лидерства по показателям доли рынка фирма-производитель ориентируется на расходы:

- а) материальные по производству продукции
- б) постоянные
- в) по оплате труда основных «производственных» рабочих
- г) переменные
- д) прямые.

11. Цель рыночного ценообразования - максимальное увеличение сбыта - эффективна при условиях:

- а) чувствительность рынка к ценам велика
- б) снижению цен последуют конкуренты
- в) расширение объемов продаж приведет к снижению издержек производства
- г) чувствительность рынка к ценам незначительна
- д) снижению цен не последуют конкуренты.

12. Фирма, нуждающаяся в привлечении инвестиций, ставит перед собой цель:

- а) обеспечение выживаемости
- б) максимизация рентабельности активов
- в) стабилизация цен
- г) максимизация рентабельности собственного капитала
- д) максимизация рентабельности продаж.

13. Затратный подход к ценообразованию учитывает:

- а) спрос и его ценовую эластичность
- б) расходы на производство
- в) расходы на производство и реализацию
- г) цены конкурентов
- д) расходы переменные и постоянные.

14. К методам рыночного ценообразования относятся:

- а) максимизация прибыли
- б) «издержки плюс»
- в) обеспечение выживаемости
- г) определение цены и ориентацией на спрос.

15. Метод ценообразования с ориентацией на уровень конкуренции рекомендуется при условии:

- а) покупатели не чувствительны к изменению уровня цены
- б) емкость рынка товара значительна
- в) покупатели чувствительны к изменению уровня цены
- г) продавцу товара сложно экономически обосновать уровень издержек.

16. Установление цен на основе затратного метода ценообразования считается:

- а) активным ценообразованием
- б) нейтральным ценообразованием
- в) пассивным ценообразованием
- г) иным ценообразованием.

17. Ценовое решение фирмы удачно, если учитываются:

- а) закономерности поведения покупателей

- б) ценность товара
- в) затраты фирмы
- г) возможности конкурентов.

18. Стратегия высоких цен успешна, когда:

- а) высокая цена не привлекает новых конкурентов
- б) большинство покупателей не реагируют на ценовую чувствительность
- в) высокая цена привлекает новых конкурентов
- г) большинство покупателей воспринимает цену как слишком высокую по отношению к экономической ценности
- д) жизненный цикл товара не имеет значения.

19. Стратегия высоких цен применима при условии:

- а) товар новый
- б) высокая цена привлекает новых конкурентов
- в) товар новый и принципиально новый
- г) чувствительность покупателя к ценам незначительна
- д) производство товара поставлено на массовый поток.

20. Стратегия низких цен успешна:

- а) жизненный цикл товара значителен
- б) емкость рынка товара большая
- в) финансовое положение фирмы не устойчивое
- г) жизненный цикл товара незначителен
- д) спрос на товар эластичен.

21. Стратегия «ценового прорыва» рациональна для:

- а) престижных товаров
- б) недорогих товаров
- в) дорогих товаров
- г) товаров разовых закупок
- д) уникальных товаров.

22. В качестве «убыточного ценового лидера» выбирается:

- а) товары, цены которых известны большинству покупателей
- б) дорогостоящие товары
- в) товары, легко запоминающиеся покупателям
- г) товары, приобретаемые покупателями, наиболее чувствительными к уровню цен.

23. Стратегия «убыточного ценового лидера» используется в:

- а) промышленности
- б) крупных торговых фирмах
- в) оптовой торговле
- г) небольших торговых фирмах
- д) посреднических организациях.

24. В качестве «убыточного лидера продаж» могут использоваться:

- а) картофель
- б) шоколад
- в) мука
- г) коньяк
- д) крупа.

25. Этапы ценовой стратегии:

- а) оценка затрат
- б) сбор исходной информации
- в) финансовый анализ
- г) стратегический анализ
- д) окончательное формирование ценовой стратегии.

26. Стратегический анализ включает в себя:

- а) сбор исходной информации
- б) финансовый анализ
- в) определение потенциальных покупателей
- г) анализ конкуренции
- д) сегментный анализ рынка.

27. Уточнение маркетинговой стратегии относится:

- а) к первому этапу ценовой стратегии
- б) ко второму этапу ценовой стратегии
- в) к третьему этапу ценовой стратегии
- г) ни к какому из предыдущих этапов

#### Задача 1.

Определите прибыльность выпускаемой продукции на основе проведенного анализа с использованием метода по полной и сокращенной номенклатуре затрат и если это необходимо дайте рекомендации по изменению ассортимента выпускаемой продукции. Известно:

- 1) Объем выпускаемой продукции и переменные затраты по видам продукции (см. табл.1)

Показатели	Виды продукции				
	А	Б	В	Г	Д
Объем выпуска(шт.)	300	200	400	250	550
Цена за единицу продукции(руб.)	150	160	115	195	160
Переменные расходы на весь выпуск(руб.)	30000	24000	36000	40000	77000

- 2) Постоянные расходы в целом по сумме 41400 руб.

Темы дискуссий по теме «Основы рыночного ценообразования. Методология рыночного ценообразования»

- 1. Концепция справедливости цены
- 2. Экономическая роль стоимости в ценообразовании
- 3. Цели и методы рыночного ценообразования.
- 4. Стратегии ценообразования. Этапы разработки ценовой стратегии.
- 5. Модификации рыночного ценообразования.

#### **Типовые оценочные материалы по теме 2**

Вопросы для опроса по теме «Виды цен и их классификация. Структурные элементы цены»

- 1. Что вы понимаете под системой цен?
- 2. Какие параметры характеризуют систему цен и что они означают?
- 3. В зависимости от каких признаков классифицируются цены?
- 4. Какие виды цен Вы знаете?
- 5. В чем различие между ценами бирж, аукционов и торгов?

6. Как классифицируются цены в зависимости от порядка их установления?
7. Как различные виды цен между собой взаимосвязаны?

Тесты по теме «Виды цен и их классификация. Структурные элементы цены»

1. Затраты, непосредственно относимые к конкретной единице выпускаемой продукции.
  - а) косвенные
  - б) прямые
  - в) переменные
  - г) постоянные
  - д) накладные
2. Затраты, отнесенные к переменным:
  - а) стоимость сырья и материалов
  - б) цеховые расходы
  - в) амортизация оборудования
  - г) коммерческие расходы
  - д) заработная плата производственных рабочих
3. В производственную себестоимость включены:
  - а) цеховая себестоимость
  - б) сырье и материалы
  - в) цеховые расходы
  - г) общехозяйственные расходы
  - д) коммерческие расходы
4. Расходы, включенные в производственную себестоимость:
  - а) цеховые расходы
  - б) стоимость сырья и материалов
  - в) коммерческие расходы
  - г) основная зарплата производственных рабочих
  - д) расходы по содержанию и эксплуатации оборудования
5. Виды себестоимости в зависимости от объема учитываемых затрат:
  - а) производственная
  - б) коммерческая
  - в) полная
  - г) цеховая
  - д) нормативная
  - е) фактическая
6. Затраты, включенные в коммерческие расходы при формировании себестоимости:
  - а) транспортные расходы по доставке сырья и материалов
  - б) амортизация здания цеха
  - в) расходы на рекламу
  - г) транспортные расходы по реализации готовой продукции
  - д) заработная плата цехового персонала
7. Полная себестоимость отличается от производственной на расходы:
  - а) цеховые
  - б) коммерческие
  - в) общехозяйственные
  - г) по заработной плате производственных рабочих

8. Структурные элементы цены:
- а) налог на имущество организаций
  - б) акциз
  - в) НДС
  - г) транспортный налог

9. Установите соответствие:

Виды себестоимости	Статьи калькуляции себестоимости
1) Цеховая	А. Основная зарплата производственных рабочих
2) Производственная	Б. Коммерческие расходы
3) Полная	В. Расходы по содержанию и эксплуатации Оборудования
	Г. Цеховые расходы
	Д. Сырье и материалы
	Е. Общехозяйственные расходы

Задача 1.

Составьте калькуляцию себестоимости 1ц хлебобулочных изделий. Определите себестоимость одного изделия весом 0,10 кг

Известны следующие данные на 1 ц хлебобулочных изделий:

- 1). Стоимость сырья и материалов, исчисленная в ценах (с НДС) – 7080 руб.
- 2) Топливо и электроэнергия на технологические цели – 750 руб.
- 3) Основная зарплата производственных рабочих – 1800 руб.
- 4) Дополнительная зарплата производственных рабочих – 10 % от основной
- 5) Отчисления на социальные нужды – 30.2 %
- 6) Расходы по содержанию и эксплуатации оборудования – 40 % к основной зарплате производственных рабочих
- 7) Цеховые расходы - 35% к основной зарплате производственных рабочих
- 8) Общехозяйственные расходы – 45 % к основной зарплате производственных рабочих
- 9) Коммерческие расходы – 1,5 % к производственной себестоимости.

10. Цена, по которой отечественный производитель реализует товары в торговлю – это цена:

- а) закупочная
- б) розничная
- в) отпускная
- г) транспортная

11. Виды цен внутреннего рынка в зависимости от территории действий бывают:

- а) регулируемые
- б) местные
- в) торгов
- г) сезонные
- д) скользящие
- е) твердые

12. В зависимости от сферы товарного обращения цены внутреннего рынка бывают:

- а) биржевые
- б) постоянные
- в) закупочные



- г) отпускные(оптовые)
- д) сезонные
- е) скользящие

---

13. Цена «франко» зависит от:

- а) доли товара на внутреннем рынке страны
- б) вида товара
- в) особенностей транспортировки товара
- г) спроса на товар
- д) конкуренции

14. В зависимости от доминирующего положения хозяйствующего субъекта на товарном рынке цены бывают:

- а) твердые
- б) подвижные
- в) монопольно низкие
- г) биржевые

Темы дискуссий по теме 2 «Виды цен и их классификация. Структурные элементы

---

Виды цен и их классификация.

Краткая характеристика отдельных видов цен

### **Типовые оценочные материалы по теме 3**

Вопросы для опроса по теме «Формирование свободных цен на отечественные товары»

1. Каково значение себестоимости для целей ценообразования?
2. Что представляет собой калькуляция себестоимости?
3. Какие расходы включены в статью «Сырье и материалы»?
4. Какие расходы включены в статью «Основная зарплата производственных рабочих» и «Дополнительная заработная плата производственных рабочих»?
5. Какие расходы включены в статью «Цеховые расходы» и общехозяйственные расходы?
6. Какие расходы Вы отнесете к коммерческим?
7. Какие налоги включаются в себестоимость продукции?
8. Как классифицируют затраты в зависимости от порядка их включения в калькуляцию себестоимости?
9. Какие расходы относят к косвенным?
10. Каков порядок включения косвенных расходов в цену товара?
11. Какие показатели рентабельности используются при установлении цен?
12. Каков порядок включения налога на добавленную стоимость в цену товара?
13. Каков порядок включения акциза в цену товара?
14. Какова роль свободных цен в условиях рыночных отношений?

Тесты по теме «Формирование свободных цен на отечественные товары»

1. Элементами свободной отпускной цены могут быть:
  - а) прибыль
  - б) себестоимость
  - в) акциз
  - г) оптовая надбавка

д) НДС

2. В свободную отпускную цену при реализации организацией, не уплачивающей НДС, включены:

- а) прибыль организации-производителя
- б) издержки обращения
- в) себестоимость
- г) комиссионное вознаграждение посреднику
- д) коммерческие расходы
- е) НДС

3. Очередность включения налогов в свободную цену:

- а) НДС, а затем акциз
- б) акциз, а затем НДС
- в) очередность включения НДС и акциза в цену не имеет значения

4. В цену реализации подакцизного товара организацией оптовой торговли, не освобожденной от уплаты НДС, включены:

- а) себестоимость
- б) свободная отпускная цена (с НДС)
- в) издержки обращения
- г) НДС
- д) свободная отпускная цена (без НДС)
- е) оптовая надбавка

5. В торговую надбавку включены:

- а) себестоимость
- б) издержки обращения
- в) комиссионное вознаграждение
- г) прибыль
- д) НДС, уплачиваемых организацией розничной торговли
- е) налог на имущество организацией

6. В свободную розничную цену подакцизного товара включены:

- а) себестоимость
- б) прибыль
- в) свободная отпускная цена (без НДС)
- г) НДС
- д) торговая надбавка

7. В свободную розничную цену включены:

- а) издержки обращения
- б) прибыль организации-производителя
- в) себестоимость
- г) торговая надбавка
- д) госпошлина
- е) НДС, уплачиваемый организацией розничной торговли

8. В свободную розничную цену отечественного товара, реализуемого организацией розничной торговли освобожденной от уплаты НДС, включены:

- а) издержки обращения
- б) НДС

- в) торговая надбавка
- г) свободная отпускная цена (с НДС)
- д) себестоимость
- е) прибыль

9. Установите последовательность включения в розничную цену подакцизного товара элементов цены:

- а) прибыль организации производителя
- б) НДС
- в) себестоимость
- г) акциз
- д) торговая надбавка

10. Оптовая надбавка по подакцизному товару устанавливается, как правило, к:

- а) свободной отпускной цене (с НДС)
- б) свободной отпускной цене (без НДС и акциза)
- в) свободной отпускной цене (без НДС)
- г) цене оптовой организации (без НДС)

11. Элементы розничной цены подакцизного товара при условии уплаты НДС производителем и торговлей:

- а) себестоимость
- б) НДС
- в) свободная отпускная цена (с НДС)
- г) торговая надбавка
- д) прибыль
- е) свободная отпускная цена (без НДС)

12. Свободная розничная цена больше свободной отпускной цены (без НДС) на величину:

- а) себестоимости
- б) торговой надбавки
- в) издержек обращения
- г) НДС, уплаченной розничной торговлей производителю товара
- д) прибыли производителя
- е) НДС, полученной при реализации товара организацией розничной торговли

13. В свободную розничную цену товара при условии производитель-плательщик НДС, розничная торговля- нет:

- а) свободная отпускная цена (без НДС)
- б) себестоимость
- в) свободная отпускная цена (с НДС)
- г) торговая надбавка
- д) издержки обращения

#### Задача 1

Определите свободную отпускную цену на товар, реализуемый отечественным производителем.

Известно:

- 1. Стоимость сырья и материалов, исчисленная в ценах (с НДС) – 118руб
- 2. Затраты на обработку и коммерческие расходы 40руб
- 3. Рентабельность, исчисления как отношения прибыли к себестоимости, -20%

4. НДС-18%
5. Производитель товара и производитель поставляемого сырья и материалов для производства товара- плательщики НДС

#### Задача 2

Определите свободную розничную цену на отечественный товар. Составьте структуру свободной розничной цены.

Известно:

1. Себестоимость товара - 420руб.
2. Свободная отпускная цена (с НДС)- 590руб.
3. Торговая надбавка- 30% к свободной отпускной цене (без НДС)
4. НДС- 18%
5. Отечественный производитель товара и организация розничной торговли- плательщики НДС.

#### Задача 3

Определите свободную розничную цену на отечественный товар. Составьте структуру свободной розничной цены.

Известно:

1. Себестоимость -350руб
2. Свободная отпускная цена (с НДС)- 472руб
3. Оптовая надбавка-10% к цене приобретения товара организацией оптовой торговли (без НДС)
4. Торговая надбавка -22% к цене приобретения товара организацией оптовой торговли (без НДС)
5. НДС-18%
6. Производитель товара, организации оптовой и розничной торговли- плательщики НДС.

Темы дискуссий по теме «Формирование свободных цен на отечественные товары»

1. Свободные отпускные (оптовые) цены на отечественные товары, порядок их формирования и структура.
2. Формирование свободных цен в оптовой и розничной торговле.
3. Особенности ценообразования в комиссионной торговле непродовольственными товарами

#### Типовые оценочные материалы по теме 4

Вопросы для опроса по теме «Особенности ценообразования на импортные товары»

1. Какова роль таможенной стоимости в формировании цен на импортные
2. товары?
3. Какие виды таможенной стоимости Вы знаете?
4. Дайте краткую характеристику каждому виду таможенной стоимости.
5. Как корректируется фактически уплаченная цена (подлежащая уплате) на отдельные компоненты, если применяется метод определения таможенной стоимости?
6. В каких случаях не может быть применен метод по цене сделки?
7. Как осуществляется контроль за таможенной стоимостью?
8. Какие таможенные платежи включаются в цену импортного товара?
9. Как рассчитываются таможенные платежи и каков порядок их включения в цену импортного товара?
10. Как рассчитываются сборы за таможенное оформление импортных товаров?
11. Как определяются цены на импортные товары, закупаемые за счет собственных

валютных средств организаций?

Тесты по теме «Особенности ценообразования на импортные товары»

1. Основной метод определения таможенной стоимости:
  - а) по стоимости сделки с идентичными товарами
  - б) по стоимости сделки с вводимыми товарами
  - в) по стоимости сделки с однородными товарами
  - г) метод сложения
  - д) метод вычитания
2. Для определения таможенной стоимости фактическая цена сделки может корректироваться на:
  - а) транспортны расходы от таможенной границы до организации-импортёра
  - б) комиссионные расходы до таможенной границы
  - в) транспортные расходы до таможенной границы
  - г) стоимость комплектующих изделий , предоставляемых импортёром экспортёру
3. Для определения таможенной стоимости цена сделки с идентичными товарами принимается за базу, если:
  - а) товары проданы на экспорт
  - б) товары проданы на экспорт и вывезены в РФ
  - в) товары проданы на экспорт и вывезены в РФ с учётом определённых условий
  - г) товары проданы на экспорт и вывезены в РФ на том же коммерческом уровне
4. Для оценки таможенной стоимости при наличии более одной стоимости сделки принимается:
  - а) средняя цена
  - б) самая низкая цена с учётом корректировки
  - в) самая высокая цена
  - г) самая низкая цена товара
5. Розничная цена импортного товара включает в себя:
  - а) контрактную цену
  - б) НДС, уплаченный при таможенном оформлении товара
  - в) таможенную стоимость
  - г) сбор за таможенное оформление
  - д) издержки обращения
  - е) торговую надбавку
6. При определении розничной цены на импортный товар НДС рассчитывается в процентах к:
  - а) цене реализации товара розничной торговли
  - б) таможенной стоимости
  - в) контрактной цене
  - г) торговой надбавке
7. Элементы розничной цены импортного товара:
  - а) сборы за таможенное оформление
  - б) таможенная пошлина
  - в) таможенная стоимость
  - г) контрактная цена

- д) НДС, взимаемый при таможенном оформлении
- е) НДС, взимаемый при выпуске товара в свободное обращение
- ж) торговая надбавка

8. Свободная розничная цена импортного товара больше расчётной цены на:

- а) НДС, взимаемый при выпуске товара в свободное обращение
- б) торговую надбавку
- в) НДС, взимаемый при таможенном оформлении товара
- г) таможенную пошлину

Задача 1.

Определите розничную цену на импортный товар и составьте её структуру.

Известно:

- 1. Контрактная цена единицы товара – 60 долларов США
- 2. Курс рубля по отношению к доллару США, установленный на дату принятия таможенной декларации – 25 руб.
- 3. Таможенная пошлина – 20%
- 4. Сборы за таможенное оформление – 5 руб.
- 5. Торговая надбавка – 30%
- 6. НДС, взимаемый при таможенном оформлении товара и выпуске товара в свободное обращение – 18%

### **Типовые оценочные материалы по теме 5**

Вопросы для опроса по теме «Регулирование цен»

- 1. Дайте определение регулируемой цены.
- 2. Какие органы осуществляют регулирование цен в РФ?
- 3. Какие методы экономического и административного регулирования цен Вы знаете?
- 4. В чем преимущества и недостатки административного регулирования цен? Какие сферы деятельности относятся к естественным монополиям?
- 5. Как осуществляется регулирование цен на продукцию и услуги естественных монополий?
- 6. На какие виды продукции производственно-технического назначения, товаров народного потребления и услуг цены регулирует правительство РФ, федеральные органы исполнительной власти субъектов РФ?
- 7. По каким видам услуг возможно регулирование тарифов и надбавок к ценам органами исполнительной власти субъектов РФ?
- 8. Как регулируются цены на отдельные виды лекарственных товаров?
- 9. Какие методы административного регулирования цен существуют в США и странах Европы?

Тесты по теме «Регулирование цен»

- 1. Цены регулируются по решению Правительства РФ на:
  - а) хлеб
  - б) отдельные виды лекарств
  - в) масло растительное
  - г) сахар
  - д) водку крепостью свыше 28%
  - е) товары детского ассортимента
- 2. Тарифы на грузовые перевозки железнодорожным транспортом:

- а) частично регулируются
- б) свободные
- в) регулируемые
- г) частично свободные

3. Регулирование цен в РФ осуществляют:

- а) Минэкономразвития в России
- б) Правительство России
- в) Минфин России
- г) Федеральная налоговая служба РФ (ФИС России)
- д) Федеральная служба по тарифам (ФСТ России)
- е) Федеральная антимонопольная служба по тарифам (ФАС России)
- ё) Органы исполнительной власти субъектов РФ

4. Административные методы регулирования цен в РФ в виде установления:

- а) уведомительных цен
- б) фиксированных цен
- в) декларирования цен
- г) предельных цен
- д) предельного уровня рентабельности

5. Регулирование цен в РФ на федеральном уровне на:

- а) нефть
- б) электроэнергию
- в) чёрные металлы
- г) драгоценные металлы
- д) продукты детского питания

6. К сферам деятельности субъектов естественных монополий относятся:

- а) добыча нефти
- б) услуги по передаче электрической энергии
- в) добыча драгоценных металлов
- г) транспортировка газа по трубопроводам

### **Типовые оценочные материалы по теме 6**

Вопросы для опроса по теме «Ценообразование на мировом товарном рынке»

1. Что Вы понимаете под мировой ценой?
2. Какие требования предъявляются к мировым ценам?
3. Какие факторы влияют на формирование мировых цен?
4. Какие источники информации мировых цен Вы знаете?
5. В зависимости от каких признаков мировые цены можно подразделить на две группы?
6. Что означает справочная цена и в каких случаях она применяется?
7. Кто устанавливает цены прейскурантов, каталогов, проспектов и для чего они необходимы?
8. Какие условия сделки учитываются в ценах предложений?
9. Какие цены применяются на международных торгах?
10. Как формируются цены на международных аукционах?
11. Как формируются и классифицируются цены международных товарных бирж?
12. Что представляют собой цены фактических сделок в мировой торговле?
13. Какие виды цен фактических сделок используются в мировой торговле?

15. Как на цены фактических сделок влияют базисные условия поставки (БУП)?
16. Что представляет собой «Инкотермс 2010» и как трактуются базисные
17. условия поставки?
18. В чем суть скидок на уторговывание в мировой торговле?
19. Какие причины вызывают отклонение мировых цен от цен внутреннего (национального) рынка?

Практическое задание (лабораторная работа) по теме «Ценообразование на мировом товарном рынке»

Классификация международных торговых терминов «Инкотермс 2010» и их влияние на ценообразование:

- 1 Группа «Е»
- 2 Группа «F»
- 3 Группа «C»
- 4 Группа «D»
- 5 Проблемы, возникающие при определении цены контракта.

#### 4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

##### 4.3.1. Перечень компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс ОС-5	Способен к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКс ОС-5.1	Осуществляет разработку, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации
ПКс ОС-5	Способен к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКс ОС-5.2	Осуществляет внедрение маркетинговых программ с использованием инструментов маркетинга

#### Индикаторы и критерии оценивания компетенций

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПКс ОС-5.1 Осуществляет разработку, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	Осуществляет анализ внешней и внутренней среды системы Умеет работать в команде и организовывать командную работу в стратегическом проекте Формирует систему стратегических альтернатив и организационной поддержки, позволяющих достигать стоящих перед организацией целей в условиях турбулентных	Самостоятельно и грамотно осуществляет анализ внешней и внутренней среды системы Уверенно и свободно работает в команде и самостоятельно организовывает командную работу в стратегическом проекте Готов к формированию системы стратегических альтернатив и организационной поддержки, позволяющих достигать стоящих перед организацией целей в



	изменений	условиях турбулентных изменений
ПКс ОС-5.2 Осуществляет внедрение маркетинговых программ с использованием инструментов маркетинга	Анализирует и обосновывает варианты стратегий достижения конкурентных преимуществ предприятия в профессиональной деятельности	Грамотно анализирует и обосновывает варианты стратегий достижения конкурентных преимуществ предприятия в профессиональной деятельности

#### 4.3.2 Типовые оценочные средства

Типовые контрольные задания или иные материалы (типовые оценочные материалы), необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

#### **Варианты контрольных работ для проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине**

##### ***Вариант 1***

1. Стратегия низких цен успешна:
  - а) жизненный цикл товара значителен
  - б) емкость рынка товара большая
  - в) финансовое положение фирмы не устойчивое
  - г) жизненный цикл товара незначителен
  - д) спрос на товар эластичен
2. Затраты, непосредственно относимые к конкретной единице выпускаемой продукции:
  - а) косвенные
  - б) прямые
  - в) переменные
  - г) постоянные
  - д) накладные
3. Налоги, являющиеся структурными элементами цены:
  - а) налог на имущество организации
  - б) акциз
  - в) транспортный налог
  - г) НДС
4. Структурные элементы торговой надбавки:
  - а) прибыль
  - б) НДС
  - в) издержки обращения
  - г) акциз
5. Тарифы на грузовые перевозки автомобильным транспортом:
  - а) свободные
  - б) регулируемые

- в) регулируемые Правительством РФ
  - г) регулируемые Министерством транспорта РФ
6. Мировые цены, объективно отражающие конъюнктуру рынка:
- а) цены предложений
  - б) цены фактических сделок
  - в) цены прейскурантов
  - г) цены каталогов
  - д) цены проспектов
7. Основной метод определения таможенной стоимости:
- а) по стоимости сделки с идентичными товарами
  - б) по стоимости сделки с ввозимыми товарами
  - в) по стоимости сделки с однородными товарами
  - г) метод сложения
  - д) метод вычитания
8. В свободную розничную цену подакцизного товара включены:
- а) себестоимость
  - б) прибыль
  - в) свободная отпускная цена (без НДС)
  - г) НДС
  - д) торговая надбавка
9. Нижний предел цен на алкогольную продукцию:
- а) установлен
  - б) не установлен
  - в) установлен при определенной крепости водки
  - г) установлен при определенных условиях реализации
10. Задача. Определите розничную цену на отечественный товар. Известно: свободная отпускная цена (с НДС 118 руб.), торговая надбавка – 20%, НДС – 18%. Организация розничной торговли является плательщиком НДС.

### **Вариант 2**

1. Стратегия низких цен эффективна, если:
- а) фирма не имеет значительных производственных мощностей
  - б) товар имеет значительный жизненный цикл
  - в) потенциальные конкуренты имеют возможность для снижения цен
  - г) емкость рынка значительна
  - д) финансовое положение фирмы устойчивое
2. Затраты, отнесенные к переменным:
- а) стоимость сырья и материалов
  - б) цеховые расходы
  - в) амортизация оборудования
  - г) коммерческие расходы
  - д) заработная плата производственных рабочих
3. Сферы деятельности, относимые к естественной монополии:
- а) производство электроэнергии
  - б) добыча угля

- в) добыча драгоценных металлов
  - г) транспортировка нефти по магистральным трубопроводам
  - д) грузовые перевозки железнодорожным транспортом
4. Транспортный налог:
- а) является структурным элементом розничной цены
  - б) включается в себестоимость продукции
  - в) является структурным элементом торговой надбавки
  - г) включается в издержки обращения
5. В цену подакцизного товара, реализованного оптовой организацией, включены:
- а) прибыль
  - б) НДС
  - в) свободная отпускная цена (без НДС)
  - г) оптовая надбавка
  - д) акциз
6. Структурные элементы оптовой надбавки:
- а) транспортный налог
  - б) издержки обращения
  - в) НДС
  - г) прибыль
7. Торговая надбавка устанавливается, как правило, в процентах к:
- а) свободной отпускной цене (без НДС)
  - б) свободной отпускной цене (без НДС и акциза)
  - в) свободной отпускной цене (с НДС)
  - г) цене оптовой организации (с НДС)
8. Розничная цена импортного товара включает в себя:
- а) контрактную цену
  - б) НДС, уплаченный при таможенном оформлении товара
  - в) таможенную стоимость
  - г) сборы за таможенное оформление
  - д) издержки обращения
  - е) торговую надбавку
9. Регулируемые цены по решению Правительства РФ установлены на:
- а) хлеб
  - б) на отдельные виды лекарств
  - в) масло растительное
  - г) алкогольную продукцию крепостью свыше 28%
  - д) товары детского ассортимента
10. Задача. Определите полную себестоимость изделия.  
**Известно: стоимость сырья и материалов, исчисленная в ценах с НДС – 118 руб., затраты на обработку – 50 руб., коммерческие расходы – 1% к производственной себестоимости, НДС – 18%. Готовая продукция облагается НДС.**

#### Вариант 3

1. Ценовое решение фирмы удачно, если учитываются:
- а) возможности конкурентов

- б) затраты фирмы
  - в) ценность товара
  - г) закономерность поведения покупателей
2. Стратегия высоких цен успешна, когда:
- а) высокая цена не привлекает новых конкурентов
  - б) относительное большинство покупателей не реагирует на ценовую чувствительность
  - в) высокая цена привлекает некоторых конкурентов
  - г) большинство покупателей воспринимает цену как слишком высокую по отношению к экономической ценности
3. Статьи калькуляции, включенные в производственную себестоимость:
- а) цеховые расходы
  - б) стоимость сырья и материалов
  - в) коммерческие расходы
  - г) основная зарплата производственных рабочих
  - д) расходы по содержанию и эксплуатации оборудования
4. Структурные элементы торговой надбавки, установленной к свободной отпускной цене на подакцизный товар:
- а) НДС
  - б) издержки обращения
  - в) транспортный налог
  - г) прибыль
  - д) акциз
5. Тарифы на грузовые перевозки железнодорожным транспортом:
- а) свободные
  - б) частично регулируемые
  - в) регулируемые
  - г) частично свободные
6. Количество методов определения таможенной стоимости:
- а) 2
  - б) 3
  - в) 5
  - г) 4
  - д) 6
  - е) 8
7. В цену импортного товара, закупаемого и реализуемого оптовой организацией включены:
- а) контрактная цена
  - б) НДС, взимаемый при таможенном оформлении
  - в) таможенная стоимость
  - г) таможенная пошлина
  - д) НДС, уплаченный покупателем оптовой организации
  - е) сборы за таможенное оформление
8. При реализации отечественного подакцизного товара НДС устанавливается к:
- а) свободной отпускной цене (без НДС)

- б) свободной отпускной цене (без НДС и акциза)
- в) свободной отпускной цене (с НДС)
- г) себестоимости

9. Скидка с цены «сконто» это скидка:

- а) послесезонная
- б) предсезонная
- в) оптовая
- г) платежная
- д) дисконтная
- е) дилерская

10. Задача. Определите свободную отпускную цену, предъявленную производителем покупателю для согласования.

Известно: себестоимость продукции – 100 руб., рентабельность, исчисленная как отношение прибыли к себестоимости, - 25%, НДС – 18%.

#### 4.4. Методические материалы

Критерии оценки результатов текущего контроля успеваемости (в сумме максимум 60 баллов):

Критерии оценки работ, выполняемых на семинарских и практических занятиях – максимальная оценка за каждое задание – 10 баллов.

Процент лекций и семинарских занятий, посещенных студентом (бонус за посещаемость более 90%) - 5 баллов.

Работа на семинарском занятии (участие в обсуждении вопросов рассматриваемой темы) - 1 балл за полностью раскрытый вопрос.

Выполнение индивидуальных заданий: баллы выставляются исходя из качества выполнения заданий – максимальная сумма баллов - 10.

Баллы по текущей работе доводятся до обучающихся в начале изучения дисциплины.

Итоговая сумма баллов по промежуточной аттестации студентов складывается из суммы баллов, полученных ими по результатам текущего контроля успеваемости и количества баллов по промежуточной аттестации.

#### Шкала оценивания

##### Шкала 1. Оценка сформированности отдельных элементов компетенций

Обозначения		Формулировка требований к степени сформированности компетенции		
Цифр.	Оценка	Знать	Уметь	Владеть
1	Неудовлетворительно	Отсутствие знаний	Отсутствие умений	Отсутствие навыков
2	Неудовлетворительно	Фрагментарные знания	Частично освоенное умение	Фрагментарное применение

3	Удовлетворительно	Общие, но не структурированные знания	В целом успешное, но не систематически осуществляемое умение	В целом успешное, но не систематическое применение
4	Хорошо	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков
5	Отлично	Сформированные систематические знания	Сформированное умение	Успешное и систематическое применение навыков

### **Шкала 2. Комплексная оценка сформированности знаний, умений и владений**

Обозначения		Формулировка требований к степени сформированности компетенции
Цифр.	Оценка	
1	Неудовлетворительно	Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале
2	Удовлетворительно или неудовлетворительно <i>(по усмотрению преподавателя)</i>	Знать на уровне <b>ориентирования</b> , представлений. Субъект учения знает основные признаки или термины изучаемого элемента содержания, их отнесенность к определенной науке, отрасли или объектам, узнает их в текстах, изображениях или схемах и знает, к каким источникам нужно обращаться для более детального его усвоения
3	Удовлетворительно	Знать и уметь на <b>репродуктивном</b> уровне. Субъект учения знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях
4	Хорошо	Знать, уметь, владеть на <b>аналитическом</b> уровне. Зная на репродуктивном уровне, указывать на особенности и взаимосвязи изученных объектов, на их достоинства, ограничения, историю и перспективы развития и особенности для разных объектов усвоения
5	Отлично	Знать, уметь, владеть на <b>системном</b> уровне. Субъект учения знает изученный элемент содержания системно, произвольно и доказательно воспроизводит свои знания

		устно, письменно или в демонстрируемых действиях, учитывая и указывая связи и зависимости между этим элементом и другими элементами содержания учебной дисциплины, его значимость в содержании учебной дисциплины
--	--	---

Максимальное количество баллов, которое студент может набрать в процессе обучения в рамках учебного курса – **100 баллов**:

№ п/п	Российская система	Баллы	Оценка ECTS	Словесная интерпретация оценок ECTS
1	Отлично «5»	96-100	A	Excellent – выдающиеся знания с возможными незначительными погрешностями
2		91-95	B	Very Good – знания выше среднего уровня, с некоторыми ошибками
3	Хорошо «4»	81-90	C	Good – правильно выполненная работа с несколькими заметными ошибками
4		71-80	D	Satisfactory – работа, выполненная удовлетворительно, с заметными недостатками
5	Удовлетворительно «3»	61-70	E	Sufficient – знания, удовлетворяющие минимальным критериям
6	Зачтено	61 и более	P	Passed – знания, удовлетворяющие оценочным требованиям

## 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Занятия по дисциплине представлены следующими видами работ: лекциями, практическими занятиями, самостоятельной работой студентов.

В рамках самостоятельной работы студенты готовят вопросы, готовятся к практическим занятиям: проводят обзор интернет-сайтов, периодической литературы и профессиональных изданий, разрабатывают каталог интернет-ресурсов, осуществляют подготовку к разработке групповых проектов по заданной теме, к экзамену.

Основными видами самостоятельной работы являются:

- повторение лекционного материала и материала учебников;
- чтение основной и дополнительной литературы

- самостоятельное изучение дидактических единиц, расширяющих знания по изучаемой тематике дисциплины;

- подготовка к практическим занятиям;

- подготовка к промежуточной и итоговой аттестации.

*Процедура подготовки к лекциям:*

На занятиях лекционного типа студентам рекомендуется внимательно слушать и конспектировать лекции. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большей степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

*Процедура подготовки к практическим занятиям:*

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с изучением и обсуждением ключевых вопросов общего менеджмента, выступлением и участием в дискуссиях, диспутах, решением задач, анализом кейсов и практических ситуаций.

При подготовке к практическим занятиям обучающимся рекомендуется:

1. Внимательно изучить вопрос/вопросы (задание).
2. Прочитать рекомендованную литературу и материалы лекции по соответствующей теме.
3. Найти соответствующие информационные источники.
4. Сформировать комплект материалов (лекционных, учебно-методических, законодательно-нормативных) по выбранному вопросу (заданию).
5. Составить план ответа (доклада, презентации).
6. Весь материал (статистику, информацию на сайтах, литературные источники, как на русском, так и на иностранных языках) обработать и использовать реферативно.
7. Указать авторство использованных материалов.
8. При чтении литературы кратко конспектировать основные положения статьи или главы.
8. Не использовать рефераты и курсовые, размещенные на internet-ресурсах.



9. Планировать свой ответ (доклад, презентацию) по времени.
10. Не пересказывать материал, а презентовать свои выводы и заключения, доказывая и/или иллюстрируя их конкретными экономическими примерами, результатами расчетов, произведенных самостоятельно на основе использования российских и международных баз экономической информации.
11. При работе в малых группах в начале работы четко распределить обязанности.

*Процедура подготовки и критерии оценки участия студента в дискуссии:*

Дискуссия, как особая форма всестороннего обсуждения спорного вопроса в публичном собрании, в частной беседе, споре, реализуется в дисциплине «Маркетинг» как коллективное обсуждение какого-либо вопроса, проблемы или сопоставление информации, идей, мнений, предложений. Целью проведения дискуссии в этом случае является обучение, тренинг, изменение установок, стимулирование творчества и др. В проведении дискуссии используются различные организационные методики:

- Методика «вопрос – ответ» – разновидность простого собеседования; отличие состоит в том, что применяется определённая форма постановки вопросов для собеседования с участниками дискуссии-диалога.
- Методика «клиники» – каждый из участников разрабатывает свой вариант решения, предварительно представив на открытое обсуждение свой «диагноз» поставленной проблемной ситуации. Затем это решение оценивается как преподавателем (руководителем), так и специально выделенной для этой цели группой экспертов по балльной шкале либо по заранее принятой системе «принимается – не принимается».
- Методика «лабиринта» или метод последовательного обсуждения – своеобразная шаговая процедура, в которой каждый последующий шаг делается другим участником. Обсуждению подлежат все решения, даже неверные (тупиковые).
- Методика «эстафеты» – каждый заканчивающий выступление участник передает слово тому, кому считает нужным.
- Свободно плавающая дискуссия – когда группа к результату не приходит, но активность продолжается за рамками занятия. В основе такой процедуры групповой работы лежит «эффект Б.В. Зейгарник», характеризующийся высоким качеством запоминания незавершенных действий, когда участники продолжают «домысливать» наедине идеи, которые оказались незавершенными.

Студенту необходимо:

- самостоятельно выбрать тему (проблему) дискуссии;

- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

*Процедура подготовки к деловой игре:*

Деловая игра — метод имитации принятия решений руководящих работников или специалистов в различных производственных ситуациях, осуществляемый по заданным правилам группой людей или человеком с ПК в диалоговом режиме, при наличии конфликтных ситуаций или информационной неопределённости. При подготовке к деловой игре студенту рекомендуется ознакомиться с Методическими рекомендациями по ее проведения, общей задачей и правилами игры. В ходе игры необходимо ознакомиться с предложенной ситуацией, распределить роли, выработать стратегию и осуществлять действия, имитирующие управленческий процесс принятия соответствующего решения. На этапе подведения итогов игры необходимо проанализировать действия своей группы и других групп, сравнить и оценить предложенные в ходе игры стратегии.

*Процедура проведения и критерии оценивания тестирования:*

Для подготовки студентов к тестированию преподаватель должен заранее определить студентам исходные данные: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, нормативные правовые акты и теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки, а также определить критерии оценки:

- «отлично» - 85-100 % правильных ответов
- «хорошо» - 65-84 % правильных ответов
- «удовлетворительно» - 50-64 % правильных ответов
- «неудовлетворительно» - 49 % и меньше правильных ответов.

*Процедура подготовки к промежуточной аттестации:*

Итоговый контроль – экзамен. К экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. В самом начале учебного курса обучающимся необходимо ознакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;

- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к экзамену.

После этого у обучаемого должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

1. Сущность цены и ее роль в рыночной экономике. Функции цен.
2. Ценообразующие факторы в условиях рынка.
3. Цели рыночного ценообразования.
4. Методы рыночного ценообразования.
5. Стратегия высоких цен и ее характеристика.
6. Стратегия низких цен и ее характеристика.
7. Этапы разработки ценовой стратегии.
8. Стратегия ступенчатых цен, ее сущность.
9. Ценовая модификация в рамках товарной номенклатуры.
10. Ценовая модификация дискриминационных цен.
11. Ценовая модификация по географическому принципу.
12. Ценовая модификация – «психологическое ценообразование».
13. Система скидок цен и их значение для стимулирования сбыта продукции.
14. Виды цен и их классификация.
15. Монопольные цены, их виды.
16. Цены торгов на внутреннем рынке.
17. Цены аукционов на внутреннем рынке.
18. Биржевые цены на внутреннем рынке.
19. Калькуляция себестоимости продукции и ее использование в практике ценообразования. Характеристика статей калькуляции.
20. Прямые и косвенные расходы, порядок их включения в себестоимость продукции.
21. Прибыль как элемент цены товара, показатели рентабельности, используемые при установлении цен.
22. Косвенные налоги как элементы цены отечественного товара.
23. Свободные отпускные (оптовые цены), порядок их установления и применения, структура цены.
24. Свободные розничные цены, порядок их установления и применения.
25. Структура свободной розничной цены на отечественный товар (при условии прямых связей и контрагенты плательщики НДС). Краткая характеристика элементов цены.
26. Структура свободной розничной цены на отечественный товар (при условиях: прямые связи между производителем товара и розничной торговлей; производитель товара – плательщик НДС). Краткая характеристика элементов цены.
27. Структура свободной розничной цены на отечественный товар (при условиях: поставка товара от отечественного производителя в оптовую, а затем в розничную торговлю; все контрагенты плательщики НДС, а розничная торговля не плательщик НДС). Краткая характеристика элементов цены.
28. Структура свободной розничной цены на отечественный товар (при условии поставки товара от отечественного производителя в оптовую торговлю, а затем в розничную; контрагенты, кроме оптовой торговли – плательщики НДС). Краткая характеристика элементов цены.
29. Оптовые и торговые надбавки, их структура, порядок установления и применения.

30. Таможенная стоимость и методы ее определения.
31. Таможенная стоимость по стоимости сделки с ввозимыми товарами, порядок ее определения.
32. Таможенная стоимость по стоимости сделки с идентичными товарами, порядок ее определения.
33. Таможенная стоимость по стоимости сделки с однородными товарами, порядок ее определения.
34. Таможенная стоимость и ее определение на основе метода вычитания.
35. Таможенная стоимость и ее определение на основе метода сложения.
36. Резервный метод определения таможенной стоимости.
37. Таможенные платежи и порядок их включения в цену импортного товара.
38. Порядок определения цен на импортные товары, закупаемые организацией розничной торговли за счет собственных валютных средств.
39. Порядок определения цен на импортные товары, закупаемые организацией оптовой торговли за счет собственных валютных средств.
40. Сущность и методы регулирования цен.
41. Регулирование цен в естественных монополиях.
42. Регулирование цен на отдельные виды продукции производственно - технического назначения, товаров и услуг.
43. Регулирование розничных цен на социально значимые продовольственные товары.
44. Основы тарифной политики на грузовые перевозки и факторы, влияющие на формирование транспортных тарифов.
45. Формирование тарифов на грузовые перевозки железнодорожным транспортом

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **6.1. Основная литература.**

1. Ценообразование. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Г.А. Тактаров [и др.]. — Электрон. дан. — М. : Финансы и статистика, 2014. — 192 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/69225> — Загл. с экрана.
2. Шуляк П.Н. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие/ Шуляк П.Н.— Электрон. текстовые данные. М.: Дашков и К. 2014. <http://www.iprbookshop.ru/11006>
3. Шевчук, Д.А. Правила ценообразования. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : ГроссМедиа, 2012. — 240 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/9108> — Загл. с экрана.

### **6.2. Дополнительная литература.**

1. Ефимова, С.А. Цены и ценообразование. Учебное пособие. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С.А. Ефимова, А.П. Плотников. — Электрон. дан. — М. : Омега-Л, 2012. — 192 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/5519> — Загл. с экрана.
2. Горина Г.А. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Горина Г.А.— Электрон. текстовые данные. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. <http://www.iprbookshop.ru/15497>

### **6.3 Нормативные правовые документы.**

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 г. №146-ФЗ (с изменениями и дополнениями)
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 5.08.2000г. № 117-ФЗ (с изменениями и дополнениями)

3. Таможенный кодекс Таможенного союза, приложение к Договору о Таможенном кодексе таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета Евразийского экономического сообщества (высшего органа таможенного союза) на уровне глав государств от 27 ноября 2009г. №17
4. О таможенном регулировании в Российской Федерации. Закон РФ от 27.11.2010 № 311-ФЗ.
5. О естественных монополиях. Федеральный закон РФ от 17.08.95 №147 (с изменениями и дополнениями)
6. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации. Федеральный закон от 28.12.2009 г. №1381 – ФЗ
7. Соглашение между Правительством РФ, Правительством Республики Беларусь, Правительством Республики Казахстан от 25.01.2008 «Об определении таможенной стоимости товаров, перемещаемых через таможенную границу Таможенного союза»,
8. Об утверждении Правил определения таможенной стоимости товаров, вывозимых из Российской Федерации. Постановление Правительства РФ от 06.03.2012 №191
9. О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов). Постановление Правительства РФ от 16.03.99 №295 (с изменениями и дополнениями)
10. О ставках таможенных сборов за таможенное оформление товаров. Постановление Правительства РФ от 28.12.2004 №863 (с изменениями и дополнениями)

#### **6.4. Интернет-ресурсы, справочные системы.**

- Федеральная антимонопольная служба [www.fas.gov.ru](http://www.fas.gov.ru)
- Федеральная таможенная служба [www.fstrf.ru](http://www.fstrf.ru)
- Министерство экономического развития [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru)
- Правительство Российской Федерации [www.government.ru](http://www.government.ru)
- Правительство Москвы [www.mos.ru](http://www.mos.ru)
- СПС КонсультантПлюс

#### **7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы: читальные залы библиотеки.

Программное обеспечение: MS Office Professional Plus 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: [www.nns.ru](http://www.nns.ru); Российская государственная библиотека. URL: [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru); Российская национальная библиотека. URL: [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru); Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮПАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.

Программные продукты Microsoft Windows: Excel, Word, Power Point, программа «Antiplagiat.ru», программа «Project Expert» for Windows.