



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ **«Ценообразование»**

(протокол решения Ученого совета № 4/Д от 11.01.2021 г.)

Направление подготовки
38.03.01 Экономика

Направленность
«Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
«Финансы и кредит»
«Экономика организации»

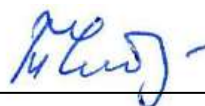
Квалификация выпускника
«бакалавр»

Форма обучения (год набора)
очная (2021, 2022, 2023)
очно-заочная (2021, 2022, 2023, 2024)
заочная (2021, 2022, 2023, 2024)

Рабочая программа дисциплины «Ценообразование».

Автор(ы):

доцент, к.ист.н.



Чиби́кова Т.В.

Рецензент(ы):

Кутлу́нин Е.А., к.э.н., заместитель генерального директора по персоналу и режиму АО «Омское машиностроительное конструкторское бюро»

Рабочая программа рассмотрена руководителем ОПОП:



Родио́нов М.Г.

Рабочая программа одобрена Ученым советом института (протокол № 4/Д от 11 января 2021 г.)

(с изменениями и дополнениями от 01 сентября 2021 г., протокол решения УС № 1)

(с изменениями и дополнениями от 26.01.2022 г., протокол решения УС № 6)

(с изменениями и дополнениями от 31.08.2022 г., протокол решения УС № 13)

Нормативно-правовую базу разработки рабочей программы дисциплины составляют:

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)

- Приказ «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» от 06 апреля 2021 г. № 245.

- Приказ «Об утверждении порядка перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования» от 12 сентября 2013 г. № 1061.

- Основная профессиональная образовательная программа высшего образования направления подготовки бакалавриата 38.03.01 Экономика (направленность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит», «Экономика организации»), утвержденная ректором 11.01.2021.

- Положение о комплектах оценочных материалов основной профессиональной образовательной программы высшего образования в АНОО ВО «Сибирский институт бизнеса и информационных технологий», утвержденное ректором 31.08.2020 г.

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП БАКАЛАВРИАТА

Цель дисциплины «Ценообразование» - привить студентам практические навыки формирования обоснованных взаимовыгодных договорных цен на товары и услуги, производимые коммерческими фирмами, а так же на закупаемые ими ресурсами – факторы производства; развивать навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств.

Задачи дисциплины:

- понимание экономической сущности цены и рыночного ценообразования;
- систематизация факторов, определяющих величину рыночных цен на товары, услуги и ресурсы (факторы производства);
- усвоение теоретических подходов и современных методов определения и обоснования цен;
- приобретение навыков расчета конкурентоспособных договорных цен в конкретных условиях рыночной конъюнктуры, тактики и стратегии фирмы.

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1 Способен анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений	ПК-1.1 Знает основные положения нормативно-правовых актов по организации и ведению бухгалтерского (финансового) учета в Российской Федерации, международные стандарты финансовой отчетности; методы анализа бухгалтерской (финансовой) информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств	Знать: 1. Источники информации для построения ценовой модели и определения оптимальной цены 2. Различные виды и задачи ценовой политики предприятия, связанные с текущими, средне- и долгосрочными планами 3. Основные методы ценообразования и особенности их применения в условиях неопределенности.
	ПК-1.2 Умеет применять положения международных и национальных стандартов для составления и подтверждения достоверности отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств	Уметь: 1. Разработать ценовую политику предприятия с учётом факторов внутренней и внешней среды; 2. Применять инструменты ценовой тактики в соответствии с выбранной ценовой стратегией

ПК-3 Способен провести аудит достоверности финансовой отчетности организации, проанализировать риски для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	ПК-3.1 Знает способ проведения аудита достоверности финансовой отчетности предприятий различных форм собственности, организаций и ведомств; методы идентификации и управления финансовыми и инвестиционными рисками при принятии организационно-управленческих решений	Знать: 1. Назначение, структуру и содержание основных финансовых отчетов организации
	ПК-3.2 Умеет проводить анализ финансовой отчетности предприятий различных форм собственности, организаций и ведомств и принимать организационно-управленческие решения, в том числе об инвестировании и финансировании	Уметь: 1. Анализировать финансовую отчетность и финансовый прогноз развития предприятий различных форм собственности, организаций и ведомств

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина «Ценообразование» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, учебного плана блока «Дисциплины, модули» основной профессиональной образовательной программы.

Данная дисциплина предусмотрена учебным планом в 6 семестре - по очной форме обучения, в 8 семестре по очно-заочной и заочной формам обучения.

При изучении данного курса студенты опираются на знания и умения, полученные в результате освоения следующих дисциплин:

"Финансовый менеджмент"

Знания и умения, полученные в результате изучения данной дисциплины, используются в последующем для изучения:

"Бухгалтерский учет и отчетность"

"Международные стандарты финансовой отчетности"

"Практикум по бухгалтерскому учету, анализу и аудиту"

"Аудит"

"Риск-менеджмент"

"Страхование"

"Выполнение и защита выпускной квалификационной работы"

"Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена"

"Преддипломная практика"

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч.

Вид учебной работы	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
	6 семестр	8 семестр	8 семестр
Общая трудоемкость дисциплины	144	144	144
Контактная работа, в том числе в электронной информационно-образовательной среде (всего):	76	52	10
Лекционные занятия	36	24	4
Практические занятия	36	24	4
Консультации	4	4	2
Самостоятельная работа обучающихся (всего), в том числе:	41	83	125
Форма промежуточной аттестации обучающегося - экзамен	27	9	9

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

4.1. Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкость по видам учебных занятий (в часах)

6 семестр, очная форма обучения

Раздел/тема дисциплины, содержание	Всего, час.	Объем часов (по видам учебных занятий)						Контроль	Код индикатора достижения компетенции
		Всего, час.	Контактная работа (по учебным занятиям), час.				Самостоятельная работа, всего		
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Консультации			
1. Понятие, сущность и теоретические основы цены	13	8	4		4		5		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
2. Виды и классификация цен	14	9	4		4	1	5		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
3. Рациональные факторы, определяющие величину цены на продукцию фирмы	14	9	4		4	1	5		ПК-1.1, ПК-1.2,
4. Чувствительность покупателей к цене и эмоциональные факторы ценообразования	13	9	4		4	1	4		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,

5. Особенности цен на факторы производства и денежные средства.	12	8	4		4		4		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
6. Основные методы ценообразования.	12	8	4		4		4		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
7. Расчетно-аналитический метод определения договорных цен.	12	8	4		4		4		ПК-1.1, ПК-3.2,
8. Стратегия и тактика ценовой политики. Ценообразование и маркетинг.	13	8	4		4		5		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
9. Назначение, структура и содержание основных финансовых отчетов организации	14	9	4		4	1	5		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
ВСЕГО	144	76	36		36	4	41	27	

Формы текущего контроля – Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия), письменное задание (реферат), практическое задание (кейс).

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

8 семестр, очно-заочная форма обучения

Раздел/тема дисциплины, содержание	Всего, час.	Объем часов (по видам учебных занятий)						Код индикатора достижения компетенции	
		Всего, час.	Контактная работа (по учебным занятиям), час.				Самостоятельная работа, всего		Контроль
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Консультации			
1. Понятие, сущность и теоретические основы цены	15	5	2		2	1	10		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
2. Виды и классификация цен	15	5	2		2	1	10		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
3. Рациональные факторы, определяющие величину цены на продукцию фирмы	15	5	2		2	1	10		ПК-1.1, ПК-1.2,

4. Чувствительность покупателей к цене и эмоциональные факторы ценообразования	13	5	2		2	1	8		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
5. Особенности цен на факторы производства и денежные средства.	12	4	2		2		8		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
6. Основные методы ценообразования.	12	4	2		2		8		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
7. Расчетно-аналитический метод определения договорных цен.	12	4	2		2		8		ПК-1.1, ПК-3.2,
8. Стратегия и тактика ценовой политики. Ценообразование и маркетинг.	14	4	2		2		10		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
9. Назначение, структура и содержание основных финансовых отчетов организации	27	16	8		8		11		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
ВСЕГО	144	52	24		24	4	83	9	

8 семестр, заочная форма обучения

Раздел/тема дисциплины, содержание	Всего, час.	Объем часов (по видам учебных занятий)						Код индикатора достижения компетенции	
		Всего, час.	Контактная работа (по учебным занятиям), час.				Самостоятельная работа, всего		Контроль
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Консультации			
1. Понятие, сущность и теоретические основы цены	18	3	1		1	1	15		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
2. Виды и классификация цен	18	3	1		1	1	15		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
3. Рациональные факторы, определяющие величину цены на продукцию фирмы	17	2	1		1		15		ПК-1.1, ПК-1.2,

4. Чувствительность покупателей к цене и эмоциональные факторы ценообразования	14	2	1		1		12		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
5. Особенности цен на факторы производства и денежные средства.	12						12		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
6. Основные методы ценообразования.	12						12		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
7. Расчетно-аналитический метод определения договорных цен.	12						12		ПК-1.1, ПК-3.2,
8. Стратегия и тактика ценовой политики. Ценообразование и маркетинг.	15						15		ПК-1.1, ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
9. Назначение, структура и содержание основных финансовых отчетов организации	17						17		ПК-1.1, , ПК-3.1, ПК-1.2, ПК-3.2,
ВСЕГО	144	10	4		4	2	125	9	

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Тема 1. Понятие, сущность и теоретические основы цены

Лекционные занятия 1.

Роль цены в обществе. Понятие цены: экономическая сущность, содержание и специфические особенности. Стоимость и ценность товара. Аспекты предельности и альтернативности в понятии цены.

Цена – как альтернативная предельная ценность (полезность) и величина экономической выгоды, получаемой при потенциально доступном и наиболее эффективном использовании предмета покупки. Равноправие сторон и различия в свободе выбора продавца и покупателя. Верхний и нижний пределы цены и цена рыночного равновесия. Иллюзия равнодоступной (справедливой) цены.

Практические занятия 2.

Построение линий спроса и предложения.

Определение цены рыночного равновесия, экономической выгоды продавца и покупателей.

Тема 2. Виды и классификация цен

Лекционные занятия 1.

Многообразие мира цен. Цены, тарифы, фрахты, ставки, проценты, рента – их общность и различие.

Классификация цен по основным признакам: субъектам рыночных отношений; объектам рынка; экономическому содержанию; объему передаваемых прав; обслуживаемому обороту; методу регулирования; месту формирования; составу включаемых услуг; периоду действия; способу фиксации; качеству товара; условиям поставок и франкированию (по Инкотермс 2010).

Практические занятия 2.

Практическое занятие проводится в интерактивной форме с использованием командного метода выполнения задания с разграничением функциональных обязанностей студентов при выполнении задания. Затем усилия объединяются, и организуется активный диалог студентов с преподавателем и между собой для подведения итогов и принятия решения, что позволяет развивать навыки командной работы, межличностной коммуникации, лидерских качеств и принятия решений.

Цель игры: ознакомить участников с механизмом формирования свободных рыночных цен на примере купли-продажи нескольких видов различных товаров; формирование коммуникативных навыков, умения ориентироваться в изменяющейся рыночной конъюнктуре.

На свободном рынке цена рождается под воздействием спроса и предложения.

Рыночная цена - результат торга между продавцом и покупателем, из взаимного соглашения.

Спрос - это количество товаров, которое желают и могут купить потребители на данном рынке по некоторой цене. Под словом "могут" понимается наличие денег у покупателей.

Предложением называют количество товаров, который продавцы готовы и желают продать на данном рынке по некоторой цене.

На свободном конкурсном рынке, где и продавцы, и покупатели предоставлены самим себе, имеется возможность продавать и покупать товары по ценам взаимного согласия.

В условиях свободных рыночных цен на товары и услуги с увеличением цены величина спроса на товар падает, а предложения - растет. Процесс торга между продавцами и покупателями приводит к уравниванию величины спроса и предложения. В этой точке находится равновесная цена.

Деловая игра моделирует рыночную торговлю со свободными ценами, уровень которых зависит от соотношения спроса и предложения на конкретный товар.

Задача продавцов заключается в стремлении продать большое количество товара и получить большую выручку в деньгах.

Задача покупателей - закупить побольше товаров разнообразного ассортимента по невысоким ценам с тем, чтобы лучше использовать свои денежные средства.

В процессе игры продавцы составляют расходную ведомость (ведомость продаж).

Продавцы начинают продавать товар по установленной ими цене, с которой покупатель вправе согласиться или не согласиться. В результате происходит торг между покупателями и продавцами. В процессе торга покупатели вправе обращаться к разным продавцам, стремясь купить товар по более низкой цене. После завершения сделки купли-продажи продавец отдает покупателю карточку товара в соответствии с тем количеством, которое купил последний, и получает взамен деньги, плату за товар. Одновременно продавец делает запись в ведомости продаж.

Для каждого покупателя игра состоит в серии последовательных закупок товаров у продавцов. Покупатель завершает игру после окончания им закупки товаров, продавец - после окончания продаж.

Самым предприимчивым и квалифицированным продавцом считается получивший наибольшую выручку за проданный товар. Победитель определяется по каждому виду товаров и в целом по игре.

Лучшим покупателем является тот, у которого стоимость покупки в средних ценах окажется максимальной. Общая сумма покупок в средних ценах снижается, если нет:

- одного вида товара - на 20%;
- двух видов товаров - на 25%;
- трех видов товаров - на 30%;
- четырех видов товаров - на 50%.

Если у покупателей остались неизрасходованные деньги, то 50% этой суммы присоединяется к стоимости покупки в средних ценах.

Если покупатель с момента начала игры не сделал ни одной покупки, то он штрафуются за пассивное поведение:

- в течение 15 мин. - на 10% стоимости покупки;
- в течение 20 мин. - на 15% стоимости покупки;

- в течение 25 мин. - на 20% стоимости покупки;
- в течение 30 мин. - на 30% стоимости покупки.

Если у продавца к моменту окончания игры остался непроданный товар, то он оценивается в средних ценах, и половина этой суммы прибавляется к выручке данного продавца.

Если продавец в течение определенного периода времени не продал ни одного килограмма товара, то он штрафует за саботирование торговли:

- в течение 15 мин. - 20% выручки;
- в течение 20 мин. - 30% выручки;
- в течение 25 мин. - 40% выручки;
- в течение 30 мин. - 50% выручки.

Тема 3. Рациональные факторы, определяющие величину цены на продукцию фирмы

Лекционные занятия 1.

Внешние объективные факторы, независящие от фирмы: тип рынка и конкуренции на нем; спрос и степень его удовлетворения; эластичность спроса по цене и доходам; общеэкономическая ситуация и государственная политика; условия поставок и место передачи прав; региональные и другие особенности. Государственное регулирование цен. Налогобложение. Акцизы. Особенность эластичности спроса по цене на продукцию фирмы. Верхний предел цены по условиям эластичности спроса, типу конкуренции и государственного регулирования. Рыночная власть фирмы.

Внутренние факторы, непосредственно зависящие от фирмы: ценовая стратегия и ценовая политика; качество и привлекательность (дифференциация) товара и услуг; издержки на производство и реализацию товара; отношения с потребителями; коммуникационная политика и система продвижения товара и др.

Предельные и удельные переменные издержки – как нижний предел цены. Лояльность отношений с потребителями – как фактор ценообразования и дифференциации цен. Последствия и нежелательность «ценовых войн».

Практические занятия 2.

Разработать ценовую политику предприятия с учётом факторов внутренней и внешней среды

Тема 4. Чувствительность покупателей к цене и эмоциональные факторы ценообразования

Лекционные занятия 1.

Цена – как результат рационального и эмоционального восприятия товара. Основы теории поведения и предпочтений покупателей.

Эмоциональные факторы чувствительности покупателей к цене: представления от уникальности товара, наличия заменителей, о «справедливости» цены, о восприятии качества через цену, о преувеличении затрат на переключение, о возможности разделения затрат на покупки и переложении их на других лиц, о значимости конечного результата и др. «За-кон демонстративного расточительства» в ценообразовании. Использование эмоциональных факторов ценообразования в интересах фирмы.

Практические занятия 2.

Применять инструменты ценовой тактики в соответствии с выбранной ценовой стратегией
Деловая игра «Разработка ценовой политики предприятия в условиях рынка»

Практическое занятие проводится в интерактивной форме с использованием командного метода выполнения задания с разграничением функциональных обязанностей студентов при выполнении задания. Затем усилия объединяются, и организуется активный диалог студентов с преподавателем и между собой для подведения итогов и принятия решения, что позволяет развивать навыки командной работы, межличностной коммуникации и принятия решений.

В современной рыночной экономике особую значимость для коммерческих организаций приобретает цена на выпускаемую продукцию, работы, услуги как регулятор товарно-денежных отношений между производителями и потребителями, продавцами и покупателями. Проблеме ценообразования в РФ посвящена данная игра (ситуация).

Целью деловой игры является разработка ценовой политики предприятия в условиях рынка, обеспечивающей его устойчивое положение на рынке, имидж и высокую доходность от предпринимательской деятельности.

Деловая игра проводится после окончания чтения курса лекций и проведения практических и семинарских занятий по данной дисциплине.

Деловая игра проводится в три этапа.

Первый этап- организационный, на котором преподаватель знакомит студентов учебной группы с целью, содержанием и порядком проведения деловой игры.

Учебная группа разбивается на подгруппы по 3-5 человек, в каждой подгруппе выбирается лидер, в обязанности которого входит организация работы подгруппы в ходе проведения игры, формирование коллективного мнения, представление мнения подгруппы во время обсуждения вопросов по рассматриваемой проблеме.

На втором этапе преподаватель предлагает студентам провести обсуждение следующих вопросов:

1. Что такое цена и ее функции в условиях рынка?
2. Виды цен и их особенности.
3. Факторы, влияющие на уровень цены.
4. Методы формирования цен.
5. Требования, предъявляемые к ценам
6. Что означает активное и пассивное ценообразование?
7. Издержки производства, включаемые в цену изделия.
8. Какова цель и задачи индексации потребительских цен?
9. Ценовая стратегия, их цели и задачи.
10. Какова должна быть ценовая политика предприятия в условиях рынка?

Преподаватель по каждому из предлагаемых вопросов предоставляет слово для ответа участникам деловых подгрупп, организует дискуссию по обсуждаемой проблеме, делает соответствующие поправки, замечания на правильность ответов. С целью развития у студентов соревновательности и творческого подхода в процессе игры преподаватель осуществляет соответствующую балльную оценку за правильно аргументированные ответы на задаваемые вопросы. Для этих целей преподаватель может привлекать в качестве экспертов, оценивающих качество и правильность ответов, студентов-участников игровых подгрупп.

Оценка результатов производится по следующей балльной оценке:

- правильный и полный ответ – 5 баллов;
- правильный, но недостаточно полный ответ – 4 балла;
- неправильный ответ – 3 балла.

Третий этап проведения деловой игры (ситуации) – каждая подгруппа студентов разрабатывает проект ценовой стратегии ценовой политики предприятия с учетом проектируемой его сферы деятельности, выбранного вида продукции (работ, услуг), предположительного спроса и предложения на производимую продукцию. При разработке программ подгруппы могут основное внимание уделить рассмотрению методологических аспектов формирования цены на выпускаемую продукцию, выбору наиболее эффективного метода, например, метода безубыточности или целевой прибыли; использованию в практических расчетах при установлении цены предельных издержек. При разработке проекта ценовой политики подгруппы могут рассмотреть такие направления ее реализации, как: формирование «высоких» цен на отдельные виды продукции, либо «средних» цен на выпускаемую продукцию, либо уменьшение цены за счет снижения издержек производства на единицу продукции и увеличение объема продаж этой продукции, установление системы скидок. Среди направлений реализации ценовой политики предприятия могут быть также учтены следующие моменты: информационное обеспечение процесса разработки цен, использование вычислительной техники, уровень подготовленности специалистов, осуществляющих формирование цен.

При разработке ценовой стратегии предприятия игровыми группами могут быть рассмотрены различные варианты формирования издержек производства, включаемых в цену изделия, сделан выбор оптимального варианта издержек с учетом разных объемов производства, включаемых в цену изделия, сделан выбор оптимального варианта издержек с учетом разных объемов производства продукции.

На основании данных по конкретному виду продукции игровым группам предлагается произвести расчет основных финансовых показателей предприятия при разных объемах производства.

Произведенные расчеты позволяют группам определить основные направления по формированию ценовой политики предприятия в условиях рынка. Каждая игровая группа может представить для обсуждения проект ценовой политики.

Для иллюстративности и наглядности обсуждения представленных проектов подгруппы могут подготовить графическую часть, схемы или другой наглядный материал.

После обсуждения предложенных подгруппам проектов ценовой политики преподаватель производит их оценку с учетом содержательности, конкретности, реальности. Учитывается также активность участников подгрупп в обсуждении представляемых проектов.

В заключении деловой игры преподаватель обобщает ее итоги, дает оценку общих результатов работы игровых подгрупп.

Тема 5. Особенности цен на факторы производства и денежные средства.

Лекционные занятия 1.

Особенности рынка факторов производства и продукции производственно-технического назначения. Капитальные и прокатные цены. Условие наивыгоднейших (оптимальных) цен на факторы производства для фирмы. Предельная отдача и цена факторов производства.

Необходимость учета износа при определении цены капитальных активов. Методы оценки функционального и внешнего экономического износа. Капитальная и прокатная цена денежных средств для фирмы и ее зависимость от источника. Влияние налогообложения на цену средств, используемых фирмой.

Практические занятия 2.

Определение прокатной цены денежных средств при разных условиях кредитования. Влияние налога на прибыль на цену денежных средств.

Тема 6. Основные методы ценообразования.

Лекционные занятия 1.

Затратный подход к ценообразованию и методы его реализации. Калькуляционный метод расчета отпускных цен. Параметрический и корреляционно-регрессионный метод расчета цен, метод целевой прибыли и др. Сфера применения и недостатки затратного подхода. Особенности учета расходов для целей ценообразования.

Сравнительный подход к определению цен на основе конкурентной ситуации. Метод следования за конкурентом с учетом различий в привлекательности товара (услуги) для потребителей. Метод «запечатанного конверта» (тендерных конкурсных торгов – ТКТ) и др.

Ценностный (доходный) подход к ценообразованию. Метод дисконтированного денежного потока (ДДП) и метод капитализации. Особенности и сфера использования этих методов.

Практические занятия 2.

Калькуляция отпускной цены методом фабрично-заводской себестоимости. Использование методов ДДП и капитализации.

Тема 7. Расчетно-аналитический метод определения договорных цен.

Лекционные занятия 1.

Необходимость обеспечения взаимовыгодности договорных цен, их оптимизации и объективного учета влияющих на них факторов. Договорная цена – как компромисс между нижним и верхним ее пределами. Лояльность отношений – как конкурентное преимущество коммерческой фирмы, условие ее устойчивости на рынке и цель маркетинговой стратегии.

Пример реализации расчетно-аналитического метода формирования договорной цены на примере определения конкурентоспособной цены.

Практические занятия 2.

Определение цены расчетно-аналитическим методом.

Тема 8. Стратегия и тактика ценовой политики. Ценообразование и маркетинг.

Лекционные занятия 1.

Маркетинговый подход к обоснованию договорных цен. Единство маркетинговой и ценовой политики. Типы ценовых стратегий.

Система плановых и тактических скидок с цены – как инструмент ценовой политики фирмы. Обоснование величины скидок за увеличение объема закупок, за ускорение оплаты, за эксклюзивность поставок, постоянство закупок и др.

Практические занятия 2.

Определение обоснованных скидок к цене.

Тема 9. Назначение, структура и содержание основных финансовых отчетов организации

Лекционные занятия 1.

Назначение, структура и содержание основных финансовых отчетов организации

Практические занятия 2.

Деловая игра «Разработка ценовой политики предприятия в условиях рынка»

Практическое занятие проводится в интерактивной форме с использованием командного метода выполнения задания с разграничением функциональных обязанностей студентов при выполнении задания. Затем усилия объединяются, и организуется активный диалог студентов с преподавателем и между собой для подведения итогов и принятия решения, что позволяет развивать навыки командной работы, межличностной коммуникации и принятия решений.

В современной рыночной экономике особую значимость для коммерческих организаций приобретает цена на выпускаемую продукцию, работы, услуги как регулятор товарно-денежных отношений между производителями и потребителями, продавцами и покупателями. Проблеме ценообразования в РФ посвящена данная игра (ситуация).

Целью деловой игры является разработка ценовой политики предприятия в условиях рынка, обеспечивающей его устойчивое положение на рынке, имидж и высокую доходность от предпринимательской деятельности.

Деловая игра проводится после окончания чтения курса лекций и проведения практических и семинарских занятий по данной дисциплине.

Деловая игра проводится в три этапа.

Первый этап - организационный, на котором преподаватель знакомит студентов учебной группы с целью, содержанием и порядком проведения деловой игры.

Учебная группа разбивается на подгруппы по 3-5 человек, в каждой подгруппе выбирается лидер, в обязанности которого входит организация работы подгруппы в ходе проведения игры, формирование коллективного мнения, представление мнения подгруппы во время обсуждения вопросов по рассматриваемой проблеме.

На втором этапе преподаватель предлагает студентам провести обсуждение следующих вопросов:

1. Что такое цена и ее функции в условиях рынка?
2. Виды цен и их особенности.
3. Факторы, влияющие на уровень цены.
4. Методы формирования цен.
5. Требования, предъявляемые к ценам
6. Что означает активное и пассивное ценообразование?
7. Издержки производства, включаемые в цену изделия.
8. Какова цель и задачи индексации потребительских цен?
9. Ценовая стратегия, их цели и задачи.
10. Какова должна быть ценовая политика предприятия в условиях рынка?

Преподаватель по каждому из предлагаемых вопросов предоставляет слово для ответа участникам деловых подгрупп, организует дискуссию по обсуждаемой проблеме, делает соответствующие поправки, замечания на правильность ответов. С целью развития у студентов соревновательности и творческого подхода в процессе игры преподаватель осуществляет соответствующую балльную оценку за правильно аргументированные ответы на задаваемые вопросы. Для этих целей преподаватель может привлекать в качестве экспертов, оценивающих качество и правильность ответов, студентов-участников игровых подгрупп.

Оценка результатов производится по следующей балльной оценке:

- правильный и полный ответ – 5 баллов;
- правильный, но недостаточно полный ответ – 4 балла;
- неправильный ответ – 3 балла.

Третий этап проведения деловой игры (ситуации) – каждая подгруппа студентов разрабатывает проект ценовой стратегии ценовой политики предприятия с учетом проектируемой его сферы деятельности, выбранного вида продукции (работ, услуг), предположительного спроса и предложения на производимую продукцию. При разработке программ подгруппы могут основное внимание уделить рассмотрению методологических аспектов формирования цены на выпускаемую продукцию, выбору наиболее эффективного метода, например, метода безубыточности или целевой прибыли; использованию в практических расчетах при установлении цены предельных издержек. При разработке проекта ценовой политики подгруппы могут рассмотреть такие направления ее реализации, как: формирование «высоких» цен на отдельные виды продукции, либо «средних» цен на выпускаемую продукцию, либо уменьшение цены за счет снижения издержек производства на единицу продукции и увеличение объема продаж этой продукции, установление системы скидок. Среди направлений реализации ценовой политики предприятия могут быть также учтены следующие моменты: информационное обеспечение процесса разработки цен, использование вычислительной техники, уровень подготовленности специалистов, осуществляющих формирование цен.

При разработке ценовой стратегии предприятия игровыми группами могут быть рассмотрены различные варианты формирования издержек производства, включаемых в цену изделия, сделан выбор оптимального варианта издержек с учетом разных объемов производства, включаемых в цену изделия, сделан выбор оптимального варианта издержек с учетом разных объемов производства продукции.

На основании данных по конкретному виду продукции игровым группам предлагается произвести расчет основных финансовых показателей предприятия при разных объемах производства.

Произведенные расчеты позволяют группам определить основные направления по формированию ценовой политики предприятия в условиях рынка. Каждая игровая группа может представить для обсуждения проект ценовой политики.

Для иллюстративности и наглядности обсуждения представленных проектов подгруппы могут подготовить графическую часть, схемы или другой наглядный материал.

После обсуждения предложенных подгруппам проектов ценовой политики преподаватель производит их оценку с учетом содержательности, конкретности, реальности. Учитывается также активность участников подгрупп в обсуждении представляемых проектов.

В заключении деловой игры преподаватель обобщает ее итоги, дает оценку общих результатов работы игровых подгрупп.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Виды и организация самостоятельной работы обучающихся

Учебный план курса «Ценообразование» предполагает в основе изучения предмета использовать лекционный материал и основные источники литературы, а в дополнение - семинарские занятия.

Кроме традиционных лекций и семинарских занятий (перечень и объем которых указаны) целесообразно в процессе обучения использовать и активные формы обучения.

Примерный перечень активных форм обучения:

- 1) беседы и дискуссии;
- 2) кейсы и практические ситуации;

- 3) индивидуальные творческие задания;
- 4) творческие задания в группах;
- 5) практические работы.

На лекциях студенты должны получить систематизированный материал по теме занятия: основные понятия и положения, классификации изучаемых явлений и процессов, алгоритмы и методики организации ценообразования и т.д.

Семинарские занятия предполагают более детальную проработку темы по каждой изучаемой проблеме, анализ теоретических и практических аспектов ценообразования. Для этого разработаны подробные вопросы, обсуждаемые на семинарских занятиях, практические задания, темы рефератов и тесты. При подготовке к семинарским занятиям следует акцентировать внимание на значительную часть самостоятельной практической работы студентов.

Для более успешного изучения курса преподавателю следует постоянно отсылать студентов к учебникам, периодической печати. Освоение всех разделов курса предполагает приобретение студентами навыков самостоятельного анализа инструментов и механизмов ценообразования, умение работать с научной литературой.

При изучении курса наряду с овладением студентами теоретическими положениями курса уделяется внимание приобретению практических навыков с тем, чтобы они смогли успешно применять их в своей профессиональной деятельности.

Большое значение при проверке знаний и умений придается тестированию и подготовке рефератов по темам курса.

Активные формы семинаров открывают большие возможности для проверки усвоения теоретического и практического материала.

Основная учебная литература, представленная учебниками и учебными пособиями, охватывает все разделы программы по дисциплине «Ценообразование». Она изучается студентами в процессе подготовки к семинарским и практическим занятиям, экзамену. Дополнительная учебная литература рекомендуется для самостоятельной работы по подготовке к семинарским и практическим занятиям, при написании рефератов.

Тема, раздел	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма	Задания для самостоятельной работы	Форма контроля
1. Понятие, сущность и теоретические основы цены	5	10	15	- беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования.	Оценка полученных знаний в форме: - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.
2. Виды и классификация цен	5	10	15	- беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования.	Оценка полученных знаний в форме: - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.

3. Рациональные факторы, определяющие величину цены на продукцию фирмы	5	10	15	<ul style="list-style-type: none"> - беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования. 	<p>Оценка полученных знаний в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.
4. Чувствительность покупателей к цене и эмоциональные факторы ценообразования	4	8	12	<ul style="list-style-type: none"> - беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования. 	<p>Оценка полученных знаний в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.
5. Особенности цен на факторы производства и денежные средства.	4	8	12	<ul style="list-style-type: none"> - беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования. 	<p>Оценка полученных знаний в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.
6. Основные методы ценообразования.	4	8	12	<ul style="list-style-type: none"> - беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования. 	<p>Оценка полученных знаний в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.

7. Расчетно-аналитический метод определения договорных цен.	4	8	12	<ul style="list-style-type: none"> - беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования. 	<p>Оценка полученных знаний в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.
8. Стратегия и тактика ценовой политики. Ценообразование и маркетинг.	5	10	15	<ul style="list-style-type: none"> - беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования. 	<p>Оценка полученных знаний в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.
9. Назначение, структура и содержание основных финансовых отчетов организации	5	11	17	<ul style="list-style-type: none"> - беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования. 	<p>Оценка полученных знаний в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.
ИТОГО	41	83	125		

5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся отражено в п.7 рабочей программы дисциплины «Ценообразование».

6. КОМПЛЕКТЫ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Освоение дисциплины направлено на формирование:
профессиональных компетенций

ПК-1 Способен анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений

ПК-3 Способен провести аудит достоверности финансовой отчетности организации, проанализировать риски для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании

Данные компетенции формируются в процессе изучения дисциплины на двух этапах:

этап 1 – текущий контроль;

этап 2 – промежуточная аттестация.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оценка компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации, Положением о балльной и рейтинговой системах оценивания и технологической картой дисциплины (Приложение 1), принятыми в Институте.

6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе текущего контроля

№ п/п	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)	1. Посещение занятий: а) посещение лекционных и практических занятий, б) соблюдение дисциплины. 2. Работа на лекционных занятиях: а) ведение конспекта лекций, б) уровень освоения теоретического материала, в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору. 3. Работа на практических занятиях: а) уровень знания учебно-программного материала, б) умение выполнять задания, предусмотренные программой курса, в) практические навыки работы с освоенным материалом.	0-35
2	Письменное задание	1. Новизна текста: а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) явленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт.	0-25

		<p>2. Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме письменного задания; б) соответствие содержания теме и плану письменного задания; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; д) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).</p> <p>3. Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).</p> <p>4. Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму письменного задания.</p>	0-25
3	Практическое задание	<p>1. Анализ проблемы: а) умение верно, комплексно и в соответствии с действительностью выделить причины возникновения проблемы, описанной в практическом задании.</p> <p>2. Структурирование проблем: а) насколько четко, логично, последовательно были изложены проблемы, участники проблемы, последствия проблемы, риски для объекта.</p> <p>3. Предложение стратегических альтернатив: а) количество вариантов решения проблемы, б) умение связать теорию с практикой при решении проблем.</p> <p>4. Обоснование решения: а) насколько аргументирована позиция относительно предложенного решения практического задания; б) уровень владения профессиональной терминологией.</p> <p>5. Логичность изложения материала: а) насколько соблюдены общепринятые нормы логики в предложенном решении, б) насколько предложенный план может быть реализован в текущих условиях.</p>	0-50

*6.2.2. Показатели и критерии оценивания
компетенций на этапе промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена в виде выполнения тестирования и/или итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине «Ценообразование» могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

Оценка знаний студентов осуществляется в соответствии с Положением о балльной и рейтинговой системах оценивания, принятой в Институте, и технологической картой дисциплины

№ п/п	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	Итоговая работа	Количество баллов за тест пропорционально количеству правильных ответов на тестовые задания. После прохождения теста суммируются результаты выполнения всех заданий для выставления общей оценки за тест.	0-25

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

*6.3.1. Типовые контрольные задания или иные материалы
на этапе текущего контроля*

Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)

Формируемые компетенции ПК-1, ПК-3

При преподавании дисциплины «Ценообразование» применяются разнообразные образовательные технологии в зависимости от вида и целей учебных занятий.

Теоретический материал излагается на лекционных занятиях в следующих формах:

- проблемные лекции;
- лекция-беседа;

Семинарские занятия по дисциплине «Ценообразование» ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления профессиональной деятельности посредством активизации и усиления самостоятельной деятельности обучающихся.

Большинство практических занятий проводятся с применением активных форм обучения, к которым относятся:

- 1) устный опрос студентов с элементами беседы и дискуссии по вопросам, выносимым на практические занятия;
- 2) групповая работа студентов, предполагающая совместное обсуждение какой-либо проблемы (вопроса) и выработку единого мнения (позиции) по ней (метод группового обсуждения, круглый стол);
- 3) контрольная работа по отдельным вопросам, целью которой является проверка знаний студентов и уровень подготовленности для усвоения нового материала по дисциплине.

На семинарских занятиях оцениваются и учитываются все виды активности студентов: устные ответы, дополнения к ответам других студентов, участие в дискуссиях, работа в группах, инициативный обзор проблемного вопроса, письменная работа.

Более подробно с содержанием лекционных занятий и формами практических занятий можно ознакомиться в п. 4.2 рабочей программы дисциплины «Ценообразование».

Письменное задание

Формируемые компетенции ПК-1, ПК-3

Цели и задачи реферата.

Целью работы является обобщение и систематизация теоретического материала в рамках исследуемой проблемы.

В процессе выполнения работы решаются следующие задачи:

1. Формирование информационной базы:

- анализ точек зрения зарубежных и отечественных специалистов в области дисциплины;
- конспектирование и реферирование первоисточников в качестве базы для сравнения, противопоставления, обобщения;

- анализ и обоснование степени изученности исследуемой проблемы;
- подготовка библиографического списка исследования.

2. Формулировка актуальности темы:

- отражение степени важности исследуемой проблемы в современной теории и практике;
- выявление соответствия задачам теории и практики, решаемым в настоящее время;
- определение места выбранной для исследования проблемы в дисциплине.

3. Формулировка цели и задач работы:

• изложение того, какой конечный результат предполагается получить при проведении теоретического исследования;

- четкая формулировка цели и разделение процесса ее достижения на этапы;
- выявление особенностей решения задач (задачи - это те действия, которые необходимо предпринять для достижения поставленной в работе цели).

В результате написания реферата обучающийся изучает и анализирует информационную базу с целью установления теоретических зависимостей, формулирует понятийный аппарат, определяет актуальность, цель и задачи работы.

Обязательными составляющими элементами реферата являются:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;

основное содержание, разделенное на разделы (параграфы, пункты, подпункты), расположенные и поименованные согласно плану; в них аргументировано и логично раскрывается избранная тема в соответствии с поставленной целью; обзор литературы; описание применяемых методов, инструментов, методик, процедур в рамках темы исследования; анализ примеров российского и зарубежного опыта, отражающих тему исследования и т.д.

- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Требования к оформлению письменных работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, утвержденных решением Научно-методического совета (протокол №8 от 07.06.2018 г.).

Темы реферата выбирают в соответствии с Приложением 2.

1. Назначение основных финансовых отчетов организации
2. Методы оценки ценового риска.
3. Мировые цены и их основные виды.
4. Функции, выполняемые ценами.
5. Финансовые отчеты организации
6. Мотивы, цели и задачи ценообразования.
7. Структура и содержание финансовых отчетов организации
8. Виды цен, их классификация и определение.
9. Методы конкурентного ценообразования.
10. Ценообразование в системе страхования.

11. Государственное регулирование цен.
12. Понятие системы цен и тарифов.
13. Ценообразующие факторы мирового рынка.
14. Валютный курс и цены.
15. Цены и кредитные отношения.
16. Цены международных контрактов.
17. Стратегия и тактика ценообразования.
18. Факторы, определяющие величину цены.
19. Надбавки и скидки.
20. Методы расчета цен.
21. Роль цены в условиях рынка.
22. Цена и стоимость, их сущность и взаимосвязь.
23. Методология ценообразования.
24. Политика ценообразования и процесс ее формирования.
25. Специфика ценообразования в торговле.
26. Особенности ценообразования на продукцию нефтегазового комплекса.
27. Ценообразование на рынке электроэнергии.
28. Тарифная политика и специфика формирования грузовых транспортных тарифов на различных видах транспорта.
29. Источники информации для построения ценовой модели и определения оптимальной цены.
30. Назначение, структура и содержание основных финансовых отчетов организации.

Практическое задание

Формируемые компетенции ПК-1, ПК-3

Кейс - описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Цель кейса - научить обучающихся анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и выработать решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать ее из одной формы в другую.

В процессе выполнения кейса решаются следующие задачи:

- Формирование и развитие информационной компетентности;
- Развитие умений искать новые знания, анализировать ситуации;
- Развитие навыков самоорганизации, самостоятельности, инициативности;
- Развитие умений принимать решения, аргументировать свою позицию.

Обязательными составляющими элементами кейса являются:

- титульный лист;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения

Требования к оформлению практических работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, утвержденных решением Научно-методического совета (протокол №8 от 07.06.2018 г.).

Сам кейс смотрите в Приложении 3.

6.3.2. Типовые контрольные задания или иные материалы
на этапе промежуточной аттестации

Формируемые компетенции ПК-1, ПК-3

Тесты представлены в Приложении 4 к РПД.

Вопросы к зачету:

1. Цена как экономическая категория.
2. Классификация цен.
3. Функции цены в рыночной экономике.
4. Система цен в экономике.
5. Состав и структура оптовой цены предприятия.
6. Состав и структура отпускной цены промышленности.
7. Состав и структура розничной цены.
8. Ценовая политика фирмы. Задачи ценовой политики фирмы.
9. Классификация факторов, влияющих на принятие решения об установлении цены.
10. Особенности установления цены при выходе фирмы на новый рынок.
11. Ценовая стратегия при введении на рынок нового товара.
12. Стратегия ценообразования при защите позиций на рынке.
13. Ценообразование при последовательном проходе по сегментам рынка.
14. Ценовая политика фирмы при использовании стратегий быстрого и удовлетворительного возмещения затрат.
15. Стимулирование комплексных продаж.
16. Методология ценообразования. Основные принципы ценообразования.
17. Затратное ценообразование: достоинства и недостатки.
18. Административный метод установления цен. Приемы установления цен.
19. Установление цен в условиях совершенной конкуренции.
20. Ценообразование в условиях монополии, имеющей целью максимизацию прибыли.
21. Установление цен в случае максимизации валового дохода монополистом.
22. Ценообразование по системе двойного тарифа.
23. Ценообразование по принципу «издержки плюс».
24. Понятие мировой цены. Источники информации о мировых ценах.
25. Алгоритм расчета экспортной цены.
26. Расчет импортной цены.
27. Ценовые поправки.
28. Виды ценовых скидок.
29. Цели и задачи государственного регулирования цен.
30. Методы государственного регулирования цен.
31. Товарный и валютный демпинг.
32. Сущность контрактной цены.
33. Виды контрактных цен.
34. Расчет скользящей цены. Область применения скользящих цен.
35. Цена на лицензию и «ноу-хау». Роялти и паушальные платежи.
36. Трансфертная цена. Область применения трансфертных цен.
37. Цена потребления. Ее роль в принятии решения о покупке.
38. Разработка ценового прогноза методом экстраполяции.
39. Методы экспертных оценок в прогнозировании цен.
40. Разработка ценового прогноза с помощью экономико-математических методов.
41. Разработка ценовой политики предприятия с учётом факторов внутренней и внешней среды
42. Назначение, структура и содержание основных финансовых отчетов организации

Практико-ориентированные задания:

Задание 2 (ПК-1. У.2.) Применять инструменты ценовой тактики в соответствии с выбранной ценовой стратегией

Величины рыночного спроса и предложения за декаду по каждой номенклатуре товара ООО «Лина» представлены в табл. 2.2. В целях корректировки товарной стратегии предприятия на ближайшее время, необходимо проанализировать ситуацию, которая сложилась на рынке.

Полностью задание есть в Приложении 5.

Задание 3 (ПК 3. У.1.) Анализировать финансовую отчетность и финансовый прогноз развития предприятий различных форм собственности, организаций и ведомств

Определить объем товарной и реализованной продукции.

Исходные данные:

1. Сдано готовых изделий на склад для реализации на сумму 50 млн руб.
2. Прочая продукция для реализации другим предприятиям - 2,5 млн руб.
3. Стоимость оказанных услуг другим предприятиям - 0,84 млн руб.
4. Стоимость полуфабрикатов для реализации другим предприятиям - 0,68 млн руб.
5. Остатки готовой продукции на складе: на начало года - 0,48 млн руб.; на конец года - 0,54 млн руб.

По приведенным данным определить увеличение цены продукции за период, прошедший с момента подписания контракта на поставку объекта до его фактической поставки.

Исходные данные:

- Продажная цена объекта на момент подписания контракта – 16000 ден. ед.
- Заработная плата работников: начальная – 1500 ден. ед., новая – 1700 ден. ед.
- Стоимость сырья: начальная – 8000 ден. ед., новая – 8500 ден. ед.

Удельный вес заработной платы и стоимости сырья в себестоимости соответственно составляют 25 и 40%.

Задача 4

Пример. Предприятие производит продукцию одного вида. Затраты на производство и реализацию составляют 600 000 ден. ед. Объем производства и реализации составил 60 000 штук. Определить себестоимость единицы продукции.

Решение: $C = 600\ 000 \text{ ден. ед.} / 60\ 000 \text{ шт.} = 10 \text{ ден. ед.}$

Задача 1. Предприятие «Пластикон» производит продукцию А. Общие издержки за отчетный период составили 450 000 ден. ед. За это период было выпущено 90 000 штук. Определить издержки, приходящиеся на одно изделие методом прямого счета, а также цену, если уровень рентабельности изделия составляет 25 %.

Задача 2. Предприятие «Гамань» выпускает продукцию. За предыдущий период издержки составили 950 000 ден. ед., а объем выпуска насчитывал 48 000 штук. В последующий период издержки выросли до 122 000 ден. ед., а объем выпуска до 65 000 штук. Определите себестоимость за предыдущий и за отчетный период, определите процент изменения себестоимости.

Задача 5.

Многоступенчатый метод прямого счета применяется, когда производство продукции осуществляется на нескольких рабочих местах, т. е. изделие проходит несколько ступеней обработки и между ними образуется производственный задел. Себестоимость единицы продукции определяется по формуле

$$C = И1/N1 + И2/N2 + \dots + ИP/NP,$$

где Иi (ИP) – издержки на производство (реализацию) продукции на i-м рабочем месте, ден. ед.;

Ni (NP) – количество произведенной (реализованной) продукции на i-м рабочем месте, нат. ед.

Пример. Производство продукции осуществляется на двух рабочих местах. На первом рабочем месте было изготовлено 2000 полуфабрикатов, издержки производства при этом составили 112 000 ден. ед. На втором рабочем месте после дополнительной обработки с издержками 58 000 ден. ед. было изготовлено 1600 штук готовых изделий. Реализовано 1400 штук, издержки реализации составили 5600 ден. ед. Определить себестоимость единицы продукции.

Решение: $C = 112\ 000 \text{ ден. ед.} / 2000 \text{ шт.} + 58\ 000 \text{ ден. ед.} / 1600 \text{ шт.} + 5600 \text{ ден. ед.} / 1400 \text{ шт.} = 90 \text{ ден. ед.}$

Задача 1. Процесс производства продукции предприятия включает две технологические операции. Затраты на материалы единицы продукции составляют 20 ден. ед. На первом рабочем месте производится 800 штук полуфабрикатов, издержки производства 16 000 ден. ед. На втором рабочем месте после дальнейшего обработки с издержками 3000 ден. ед. было изготовлено 1000 штук изделий. Объем продаж составил 400 штук, издержки на реализацию составили 1000 ден. ед. Определить себестоимость единицы продукции.

Задача 6.

Пример. Химическое предприятие производит в результате переработки сырья основную продукцию и побочные продукты - В и С, которые различаются дальнейшим процессом обработки. За 5000кг основного продукта было получено при продаже 500000 ден. ед. Побочный продукт В продан в количестве 2000кг за 250000 ден. ед., побочный продукт С – в количестве 1000кг за 150000 ден. ед. Общие издержки производства составили 750 000 ден. ед. Издержки дальнейшей обработки продукта В – 50 000 ден. ед., продукта С – 100 000 ден. ед. Определить себестоимость 1 кг основного продукта.

Решение: $Иосн = (750000 + 2000(125 - 25) + 1000(150 - 100)) / 5000 = 200$ ден. ед.

Задача 7. Предприятие в рамках одного технологического процесса производит один основной продукт и три побочных: А, В, С. Количество основного продукта – 4000 т, побочного продукта А – 500 т, побочного продукта В – 300 т, продукта С – 400 т. Общие производственные издержки составляют 890 610 ден. ед. Издержки дальнейшей обработки побочного продукта А – 3,5 ден. ед. на тонну, а цена реализации – 22,5 ден. ед., побочного продукта В – 3,2 ден. ед. на тонну, цена реализации – 19,3 ден. ед., продукта С – 3,9 ден. ед., цена реализации – 24,6 ден. ед. Определить себестоимость 1 т основного продукта.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся по дисциплине «Ценообразование» основана на использовании Положения о балльной и рейтинговой системах оценивания, принятой в институте, и технологической карты дисциплины.

№ п/п	Показатели оценивания	Шкала оценивания
Текущий контроль		
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)	0-35
2	Письменное задание (реферат)	0-25
3	Практическое задание (кейс)	0-50
<i>Итого текущий контроль</i>		75
Промежуточная аттестация		
4	Итоговая работа	25
<i>Итого промежуточная аттестация</i>		25
ИТОГО по дисциплине		100

Максимальное количество баллов по дисциплине – 100.

Максимальное количество баллов по результатам текущего контроля – 75.

Максимальное количество баллов на экзамене – 25.

Уровень подготовленности обучающегося соответствует трехуровневой оценке компетенций в зависимости от набранного количества баллов по дисциплине.

	Уровень овладения		
	Пороговый уровень	Продвинутый уровень	Превосходный уровень
Набранные баллы	50-69	70-85	86-100

Шкала итоговых оценок успеваемости по дисциплине «Ценообразование» соответствует Положению о балльной и рейтинговой системах оценивания и отражена в технологической карте дисциплины.

Зачёт

Количество баллов	Оценка
50-100	зачтено
0-49	не зачтено

Экзамен

Количество баллов	Оценка
86-100	отлично
70-85	хорошо
50-69	удовлетворительно
0-49	неудовлетворительно

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Магомедов, М. Д. Ценообразование : учебник / М. Д. Магомедов, Е. Ю. Куломзина, В. В. Строев. – 5-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 248 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684301>

2. Шуляк П. Н. Ценообразование: учебно-практическое пособие [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 193 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495830>

Дополнительная литература:

1. Салько, М. Г. Ценообразование в коммерческой деятельности: учебник: [16+] / М. Г. Салько, О. Г. Якунина ; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2019. – 167 с.: ил., табл. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611364>

2. Братановский С. Н., Зайкова С. Н. Административное ценообразование России: история и перспективы развития [Электронный ресурс]: монография. - Москва, Берлин: Директ -Медиа, 2017. - 268 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473923>

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО- ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Информационные ресурсы образовательной организации:

1. <http://do.sano.ru> - система дистанционного обучения Moodle (СДО Moodle).
2. <http://www.sibit.sano.ru/> - официальный сайт образовательной организации.
3. elibrary.ru - .
4. <http://www.supcourt.ru> - Сайт Верховного Суда РФ.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный план курса «Ценообразование» предполагает в основе изучения предмета использовать лекционный материал и основные источники литературы, а в дополнение - семинарские занятия.

Кроме традиционных лекций и семинарских занятий (перечень и объем которых указаны) целесообразно в процессе обучения использовать и активные формы обучения.

Примерный перечень активных форм обучения:

- 1) беседы и дискуссии;
- 2) кейсы и практические ситуации;
- 3) индивидуальные творческие задания;
- 4) творческие задания в группах;
- 5) практические работы.

На лекциях студенты должны получить систематизированный материал по теме занятия: основные понятия и положения, классификации изучаемых явлений и процессов, алгоритмы и методики организации ценообразования и т.д.

Семинарские занятия предполагают более детальную проработку темы по каждой изучаемой проблеме, анализ теоретических и практических аспектов ценообразования. Для этого разработаны подробные вопросы, обсуждаемые на семинарских занятиях, практические задания, темы рефератов и тесты. При подготовке к семинарским занятиям следует акцентировать внимание на значительную часть самостоятельной практической работы студентов.

Для более успешного изучения курса преподавателю следует постоянно отсылать студентов к учебникам, периодической печати. Освоение всех разделов курса предполагает приобретение студентами навыков самостоятельного анализа инструментов и механизмов ценообразования, умение работать с научной литературой.

При изучении курса наряду с овладением студентами теоретическими положениями курса уделяется внимание приобретению практических навыков с тем, чтобы они смогли успешно применять их в своей профессиональной деятельности.

Большое значение при проверке знаний и умений придается тестированию и подготовке рефератов по темам курса.

Активные формы семинаров открывают большие возможности для проверки усвоения теоретического и практического материала.

Основная учебная литература, представленная учебниками и учебными пособиями, охватывает все разделы программы по дисциплине «Ценообразование». Она изучается студентами в процессе подготовки к семинарским и практическим занятиям, экзамену. Дополнительная учебная литература рекомендуется для самостоятельной работы по подготовке к семинарским и практическим занятиям, при написании рефератов.

10. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

При подготовке и проведении учебных занятий по дисциплине студентами и преподавателями используются следующие современные профессиональные базы данных и

информационно-справочные системы:

1. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (договор № 109-08/2021 на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям базовой коллекции ЭБС «Университетская библиотека онлайн» от 01 сентября 2021 г. (<http://www.biblioclub.ru>).

2. Интегрированная библиотечно-информационная система ИРБИС64 (договор № С 2-08-20 о поставке научно-технической продукции – Системы Автоматизации Библиотек ИРБИС64 – от 19 августа 2020 г., в состав которой входит База данных электронного каталога библиотеки СИБИТ Web-ИРБИС 64 (<http://lib.sano.ru>).

3. справочно-правовая система КонсультантПлюс (дополнительное соглашение №1 к договору № 11/01-09 от 01.09.2009).

4. Электронная справочная система ГИС Омск.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются следующие помещения, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения:

Наименование учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность оборудованием и техническими средствами обучения
Мультимедийная учебная аудитория № 102. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации	Учебная мебель (17 столов, 42 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, аудиокolonки - 2шт.). Программное обеспечение: Microsoft Windows 8.1 (32) Professional Russian. ID продукта 00261-80356-95595-AA367 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); Skype, версия 8.65 (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.

<p>Мультимедийная учебная аудитория № 210. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (36 столов, 74 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, аудиокolonки - 5шт.) Программное обеспечение: Microsoft Windows XP Professional Russian, Number License: 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель) Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 211. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (27 столов, 54 стула, маркерная доска, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, аудиокolonки - 5шт.) Программное обеспечение: Microsoft Windows XP Professional Russian, Number License: 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация); (коммерческая лицензия, отечественный производитель); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109- 064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>

<p>Учебная аудитория № 301. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (15 столов, 30 стульев, доска, трибуна, стол и стул преподавателя). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации</p>
<p>Учебная аудитория № 302. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (15 столов, 30 стульев, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации</p>
<p>Учебная аудитория № 303. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (15 столов, 30 стульев, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации</p>
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 304. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (22 стола, 44 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, колонки - 2 шт.). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 домашняя для одного языка, ID продукта: 00327-30584-64564- ААОЕМ; (коммерческая лицензия, иностранный производитель) Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01 -09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947; 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>

<p>Аудитория для самостоятельной работы студентов № 305. помещение для самостоятельной работы обучающихся, научно-исследовательской работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</p>	<p>Учебная мебель (10 столов одноместных, 3 круглых стола, 27 стульев, доска маркерная, доска информационная, трибуна, стеллаж - 2 шт., стол и стул преподавателя). Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института, колонки - 2 шт.). Ноутбук DELL - 8 шт. Ноутбук HP - 2 шт. Персональный компьютер - 1 шт. СПС «Консультант Плюс». Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 Pro Russian, Number License: 69201334 OPEN 99384269ZZE1912 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office 2016 standart Win64 Russian, Number License 67568455 OPEN 97574928ZZE1810 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Kaspersky Endpoint Security – Russian Edition, лицензия №1356-181109-064939-827-947; (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware. (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
--	--

Лаборатория экономических дисциплин № 306. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий и лабораторных работ), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации

Учебная мебель (23 стола, 53 стула, доска маркерная, доска информационная, трибуна, стеллаж металлический - 5 шт.). Персональные компьютеры (5 шт.), проектор, экран, принтер. Стойка кассира, рабочее место операциониста, рабочее место кредитного менеджера, рабочее место контролёра Сберегательного банка. Специализированное банковское оборудование: счетчики, сортировщик банкнот: Cassida MSD-1000, Numeron; Kisan NEWTON; Magner 175 F, Magner 150 digital, Demon EV 8650; упаковщик Impulse sealer с клише; детекторы подлинности банкнот: Ультрамаг 225 СЛ; DORS 1000, DORS 200, DORS 1300; счетчик монет: Scan Coin 303. - Лупа Vildis 10x; печати, штампы, пломбиратор, мешки для упаковки монеты; наборы демонстрационного оборудования; учебно-наглядные пособия; тематические иллюстрации. Программное обеспечение: Microsoft Windows XP Professional Russian, Number License: 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; Kaspersky Endpoint Security – Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 1С 8.2 АБС "Управление кредитной организацией", Договор № 043/03/016/001 от 3.10.2016 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.

<p>Лаборатория социально-гуманитарных дисциплин № 307. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий и лабораторных работ), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации.</p>	<p>Учебная мебель (26 столов, 52 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, колонки - 2 шт.). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: Microsoft Windows 7 Professional Russian, Number License: 61555010 OPEN 91563139ZZE1502 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; Kaspersky Endpoint Security – Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 312. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (50 столов, 100 стульев, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя); Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер, колонки - 2 шт.). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: Microsoft Windows XP Professional Russian, Number License: 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель) Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>

<p>Мультимедийная учебная аудитория № 422. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (18 столов, 36 стульев, доска маркерная, трибуна, шкаф, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (интерактивная доска, компьютер с выходом в интернет, 2 аудиоколонки). Программное обеспечение: Microsoft Windows 8 Professional Russian, Number License: 61555010 OPEN 91563139ZZE1502 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01 -09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109- 064939-827-947; 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Аудитория для самостоятельной работы студентов № 413. библиотека (читальный зал), помещение для самостоятельной работы обучающихся, научно-исследовательской работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</p>	<p>Учебная мебель (9 столов, 23 стула, мягкая зона). Персональные компьютеры с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института - 6 шт. Программное обеспечение: Microsoft Windows 8.1 Pro Russian, Number License: 63726920 OPEN 91563139ZZE1502 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Windows 10 Pro Number License 67568455 OPEN 97574928ZZE1810 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2019 Number License 67568455 OPEN 97574928ZZE1810 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus (коммерческая лицензия, отечественный производитель); Adobe Acrobat Reader (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель); 2GIS (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>

Специальное помещение № 420 - помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования - компьютерного оборудования и хранения элементов мультимедийных лабораторий.	Мебель (4 стола, 4 стула, стеллажи), 4 персональных компьютера для системного администратора, ведущего специалиста информационного отдела, инженера-электронщика, 10 серверов. Паяльная станция, стеллаж, 15 планшетных компьютеров, наушники для лингафонного кабинета, запасные части для компьютерного оборудования.
Специальное помещение № 003 - помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.	Станок для сверления, угловая шлифовальная машина, наборы слесарных инструментов для обслуживания учебного оборудования, запасные части для столов и стульев. Стеллаж, материалы для сопровождения учебного процесса.

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются следующие комплекты лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Наименование	Основание	Описание
Consultant Plus	Доп.соглашение №1 к договору № 11/01-09 от 01.09.2009	ЭСС Консультант+
Microsoft Office Standard 2016	Open License 66020759	Пакет электронных редакторов
OpenOffice 4.1.1	Freeware	Пакет электронных редакторов
Microsoft Access 2016	Open License	ПО для создания и администрирования баз данных
EViews 9 Student Version Lite	Freeware	ПО Эконометрика. Статистический пакет
Gretl (2015)	Freeware	Пакет для эконометрического моделирования
1С 8.2	Акт приема-передачи 13/00000000901 от 27.02.2013 г.	Пакет конфигураций 1С для учебных учреждений:
1С 8.2	Акт приема-передачи 13/00000000901 от 27.02.2013 г.	Конфигурация "Бухгалтерия предприятия".
1С 8.2	Акт приема-передачи 13/00000000901 от 27.02.2013 г.	Конфигурация "Управление производственным предприятием", редакция 1.3
1С 8.2	Акт приема-передачи 13/00000000901 от 27.02.2013 г.	Конфигурация "Зарплата и кадры бюджетного учреждения", редакция 1.0

1С 8.2	Акт приема-передачи 13/00000000901 от 27.02.2013 г.	Конфигурация "Зарплата и Управление Персоналом", редакция 2.5
1С 8.2	Акт приема-передачи 13/00000000901 от 27.02.2013 г.	Конфигурация "Управление небольшой фирмой"
1С 8.2	Акт приема-передачи 13/00000000901 от 27.02.2013 г.	Конфигурация "Бухгалтерия государственного учреждения"
1С 8.2	Акт приема-передачи 13/00000000901 от 27.02.2013 г.	АБС "Управление кредитной организацией"
1С 8.2	Акт приема-передачи 13/00000000901 от 27.02.2013 г.	Конфигурация "Управление торговлей", редакция 11, версия 11.0.8.
Microsoft Office Professional Plus 2013	Open License 62668528	Пакет электронных редакторов
Notepad ++	Freeware	Пакет электронных редакторов
Microsoft Project 2010	Акт № ГАРТ0006235 от 25.04.2012 г	Пакет электронных редакторов
LibreOffice	Freeware	Пакет электронных редакторов
MySQL	Freeware	ПО для создания и администрирования баз данных
Microsoft Visual Studio 2017 CE (C#, C++)	Подписка на 3 года	Интегрированная среда разработки приложе-ний, ПО
Oracle SQL Developer	Freeware	ПО для создания и администрирования баз данных
CADE	Freeware	CAD-программа для проектирования схем, из- делий, деталей, предметов, конструкций
Denwer 3 web server	Freeware	Серверное ПО
Dev-C++	Freeware	Приложение по программированию
IDE Eclipse	Freeware	Среда разработки модульных приложений, программирование.
JDK 6	Freeware	Среда разработки модульных приложений, программирование.

12. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорнодвигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены вузом или могут использоваться собственные технические средства. Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на выполнение заданий текущего контроля. Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Технологическая карта дисциплины

Наименование дисциплины	Ценообразование
Количество зачетных единиц	4
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

№	Виды учебной деятельности студентов	Форма отчетности	Баллы (максимум)
Текущий контроль			
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)		
2	Выполнение письменного задания (реферат)	Письменная работа	
3	Выполнение практического задания (кейс)	Письменная работа	
Промежуточная аттестация			
4	Выполнение итоговой работы	Итоговая работа, тест	
Итого по дисциплине:			100

« ____ » _____ 20__ г.

Преподаватель _____ / _____

(уч. степень, уч. звание, должность, ФИО преподавателя)

Подпись

Номер темы для выполнения реферата определяется по таблице:

Первая буква фамилии студента	№ темы реферата
А	1
Б	2
В	3
Г	4
Д	5
Е, Ё	6
Ж	7
З	8
И	9
К	10
Л	11
М	12
Н	13
О	14
П	15
Р	16
С	17
Т	18
У	19
Ф	20
Х	21
Ц	22
Ч	23
Ш	24
Щ	25
Э	26
Ю	27
Я	28

Темы рефератов:

1. Назначение основных финансовых отчетов организации
2. Методы оценки ценового риска.
3. Мировые цены и их основные виды.
4. Функции, выполняемые ценами.
5. Финансовые отчеты организации
6. Мотивы, цели и задачи ценообразования.
7. Структура и содержание финансовых отчетов организации
8. Виды цен, их классификация и определение.
9. Методы конкурентного ценообразования.
10. Ценообразование в системе страхования.
11. Государственное регулирование цен.
12. Понятие системы цен и тарифов.
13. Ценообразующие факторы мирового рынка.
14. Валютный курс и цены.

15. Цены и кредитные отношения.
16. Цены международных контрактов.
17. Стратегия и тактика ценообразования.
18. Факторы, определяющие величину цены.
19. Надбавки и скидки.
20. Методы расчета цен.
21. Роль цены в условиях рынка.
22. Цена и стоимость, их сущность и взаимосвязь.
23. Методология ценообразования.
24. Политика ценообразования и процесс ее формирования.
25. Специфика ценообразования в торговле.
26. Особенности ценообразования на продукцию нефтегазового комплекса.
27. Ценообразование на рынке электроэнергии..
28. Тарифная политика и специфика формирования грузовых транспортных тарифов на различных видах транспорта.

Кейсы по дисциплине «Ценообразование»

Кейс 1.

Применение метода PSM в ценообразовании (Разработать ценовую политику предприятия с учётом факторов внутренней и внешней среды)

Заказчик. Региональная компания — производитель натуральных вин в среднем ценовом сегменте.

Маркетинговая ситуация. Качество продукта объективно более высокое, чем у конкурентов; известность в регионе достаточно широкая (по результатам исследований, марка входит в десятку лидеров по узнаванию), представленность в торговой сети — неплохая. Отдел маркетинга предложил произвести репозиционирование и перенести марку в сегмент «премиум». Рекламному агентству сделали заказ на изменение дизайна этикетки — она должна в большей степени соответствовать новому сегменту. Проведение рекламной кампании не предполагалось. Основной акцент планировалось сделать на увеличение представленности марки в торговой сети и на BTL-мероприятиях.

Основные задачи исследования — оценка возможности перевода марки в сегмент «премиум» и установление оптимальной цены. Кроме того, оценивался уровень известности и потребления марок заказчика и его конкурентов, стереотипы в отношении вин местного производства и т. п. В качестве метода исследования был выбран опрос покупателей в форме личного интервью в местах продаж. Продолжительность интервью по понятным причинам не должна была превышать 5–7 минут, поэтому применение сложных для восприятия методик полностью исключалось.

Общая характеристика выбранной методики

Для решения стоящих перед исследованием задач предпочтение было отдано методике *pricesensitivitymeter* (PSM), предложенной голландским экономистом Ван Вестендорпом еще в 1976 году.

PSM можно использовать как при разработке нового продукта, так и при изучении восприятия цены на существующий товар. Методика позволяет определить приемлемый для потребителя диапазон цены исходя из воспринимаемой ценности продукта (см. табл. 1).

Процедура проведения исследования

Исследование включает в себя несколько этапов: разработку инструментария (анкеты) исследования, в том числе используемой ценовой шкалы и критериев отбора участников, проведение полевого этапа опроса, обработку данных и интерпретацию результатов.

Разработка ценовой шкалы

Как правило, при использовании PSM респондент называет цену исходя из собственных представлений. Поэтому ответы иногда оказываются далекими от реальных рыночных цен. Это связано с тем, что респонденты зачастую плохо помнят цены, даже если регулярно покупают исследуемый продукт. Чтобы избежать нежелательного эффекта, участникам исследования могут демонстрироваться карточки с упорядоченным списком цен, из которого опрашиваемые выбирают ответы.

Диапазон цен на продукт			
Слишком дешево	Диапазон приемлемых цен		Слишком дорого
	Недорого	Недешево	

Низкая цена вызывает сомнения в качестве товара	Довольно дешево, «выгодная» покупка	Довольно дорого: купить можно, но возникает ощущение, что переплатил	Высокая цена приводит к отказу от покупки
---	-------------------------------------	--	---

Дробность шкалы выбирается исходя из задач исследования и разброса цен на рынке. В описываемом исследовании использовалась шкала из 30 пунктов:

- цены в диапазоне 30–95 рублей — с интервалом в 5 рублей;
- цены в диапазоне 100–190 рублей — с интервалом в 10 рублей;
- цены в диапазоне 200–500 рублей — с интервалом в 50 рублей.

Определение критериев отбора участников исследования

Отбор участников исследования проводился из числа посетителей винно-водочных отделов торговых точек.

Требования к респондентам вполне очевидны. Опрашиваемые должны:

принадлежать к целевому сегменту, интересующему производителя, то есть быть потребителями вин определенной категории;

быть осведомленными о ценах в товарной категории (для этого респонденты должны с определенной периодичностью лично совершать покупки вина);

располагать временем для ответа на вопросы анкеты.

Проведение опроса

Напомним, что анкета включала не только вопросы о восприятии цены, но и ряд других, необходимых для взвешенного принятия решения о необходимости переноса марки в сегмент «премиум».

Переходя к блоку вопросов, посвященных цене, интервьюер давал респонденту возможность ознакомиться с внешним видом тестируемого продукта и его описанием.

После этого респонденту задается четыре основных вопроса.

- При какой цене вы купите это вино и решите, что сделали выгодную покупку? (НЕДОРОГО)
- При какой цене вы посчитаете, что вино стоит дороже, чем следует, но все же купите? (НЕДЕШЕВО)
- Начиная с какой цены, вы решите, что это вино стоит слишком дорого, и не станете его покупать? (СЛИШКОМ ДОРОГО)
- Начиная с какой цены, вы решите, что цена вызывает сомнения в качестве этого вина, и не станете его покупать? (СЛИШКОМ ДЕШЕВО)

Очень важно, чтобы опрашиваемый хорошо уяснил задание, а интервьюер — представлял себе задачи исследования и мог поправить респондента, который не понял вопроса. Например, нередко происходит такой диалог:

Интервьюер: Начиная с какой цены, вы решите, что это вино стоит слишком дорого, и не станете его покупать?

Респондент: 500 рублей (явно очень завышенная цена).

Интервьюер: То есть 400 рублей, например, — это еще не дорого?

Респондент: И 400 — тоже слишком дорого. Даже 300 — дорого. Пишите 300. Очевидно, что в анкету должна попасть цена 300 рублей, а не 500.

Обработка результатов

Обычно для анализа результатов исследования удобнее использовать специализированные пакеты статистической обработки. Но в данном случае обработка результатов не требует применения сложных методов, и ее вполне можно выполнить в офисных приложениях, например в MS Excel.

Результатом обработки является сводная таблица (см. табл. 2), отражающая восприятие каждого пункта ценовой шкалы респондентами. Она содержит пять столбцов: один — с пунктами ценовой шкалы, и четыре — с информацией о том, какая часть опрошенных воспринимает продукт при этой цене как слишком дешевый (возникает сомнение в качестве), недорогой (возникает ощущение «выгодной покупки»), недешевый (потребитель считает, что его вынуждают переплачивать, но все же покупает), слишком дорогой (когда продукт отвергается из-за слишком высокой цены).

Сводная таблица восприятия

<i>Цена, руб.</i>	<i>Слишком дешево</i>	<i>Недорого</i>	<i>Недешево</i>	<i>Слишком дорого</i>
30	100%	100%	0%	0%
35	87%	100%	0%	0%
40	73%	100%	0%	0%
45	71%	99%	0%	0%
50	39%	98%	1%	0%
55	0,37	95%	1%	0%
60	23%	93%	2%	0%
65	0,23	92%	2%	0%
70	15%	80%	5%	1%
75	11%	75%	5%	1%
80	8%	64%	9%	1%
85	0,08	62%	10%	2%
90	8%	59%	17%	5%
95	8%	59%	18%	5%
100	0,02	30%	33%	13%
110	2%	29%	35%	19%
120	1%	24%	47%	24%
130	1%	21%	50%	25%
140	1%	21%	52%	25%
150	1%	8%	68%	43%
160	1%	8%	70%	47%
170	0%	7%	73%	49%
180	0%	5%	75%	50%
190	0%	5%	76%	52%
200	0%	3%	90%	67%
250	0%	1%	95%	79%
300	0%	1%	98%	92%
350	0%	0%	99%	95%
400	0%	0%	100%	98%
500	0%	0%	100%	100%

Кривая «недорого» строится как инвертированная кумулята: при низкой цене больше всего участников опроса считает цену выгодной. По мере повышения цены доля опрошенных, воспринимающих продукт как «выгодную покупку», неуклонно снижается (кривая 1). Точка, в которой кривые 1 и 3 пересекаются, называется «точкой безразличия». При значении цены на пресечении кривых доля респондентов, считающих продукт «недорогим», равна доле воспринимающих его как «недешевый».

Аналогичным образом строятся кривые для других двух вопросов.

Точки пересечения построенных кривых имеют важное значение для интерпретации полученных данных. Подробные характеристики каждой из полученных точек приведены в ниже.

<i>Пересекающиеся кривые</i>	<i>Недорого</i>	<i>Слишком дешево</i>
«Недешево»	Точка безразличия (IPР — indifference price point) — точка пересечения кривых «недорого» и «недешево». Респонденты воспринимают эту цену как «нормальную», наиболее подходящую для продукта в сложившихся на рынке условиях. По мнению самого автора методики, эта точка отражает среднюю (точнее, медианную) цену продукта, или цену лидера рынка	Точка предельной дешевизны, нижний порог цены (PMC — point of marginal cheapness) — точка пересечения кривых «слишком дешево» и «недешево». При более низкой цене доля покупателей, отказывающихся от покупки из-за сомнений в качестве продукта, начинает стремительно увеличиваться
«Слишком дорого»	Точка предельной дороговизны, верхний порог цены (PME — point of marginal expensiveness) — точка пресечения кривых «недорого» и «слишком дорого». При более высокой цене существенно возрастает доля покупателей, отказывающихся от покупки из-за чрезмерно высокой цены	Точка оптимальной цены (OPP — optimum price point) — точка пересечения кривых «слишком дешево» и «слишком дорого». По мнению автора методики, цена оптимальна, так в этой точке число потенциальных покупателей предельно велико (суммарное число потребителей, отвергающих продукт из-за его слишком высокой или подозрительно низкой цены, минимально). При сдвиге от точки ОРР влево или вправо увеличивается число потребителей, отвергающих продукт из-за слишком высокой или подозрительно низкой цены

Кейс 2.

Кейс - описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Цель кейса - научить обучающихся анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и выработать решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать ее из одной формы в другую.

В процессе выполнения кейса решаются следующие задачи:

- Формирование и развитие информационной компетентности;
- Развитие умений искать новые знания, анализировать ситуации;
- Развитие навыков самоорганизации, самостоятельности, инициативности;
- Развитие умений принимать решения, аргументировать свою позицию.

Обязательными составляющими элементами *кейса* являются:

- титульный лист;
- основная часть;
- заключение;

- список использованных источников;
- приложения

Требования к оформлению практических работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, утвержденных решением Научно-методического совета (протокол №8 от 07.06.2018 г.).

Функция спроса на конкретную продукцию приведена в таблице:

<i>Цена, тыс. руб.</i>	<i>Количество, тыс. шт.</i>
0	1000
10	800
20	600
30	400
40	200
50	0

Общие постоянные издержки составляют 5 млн. руб.

Средние переменные издержки составляют 5 тыс. руб.

Определить оптимальную цену за единицу продукции.

Кейс 3. Анализировать финансовую отчетность и финансовый прогноз развития предприятий различных форм собственности, организаций и ведомств

Общая оценка любого предприятия проводится по данным бухгалтерского баланса и составленного на его основе сравнительного аналитического баланса.

Нам необходимо составить сравнительный аналитический баланс, используя баланс ООО «Сибстрой» в качестве исходного. Также необходимо рассчитать показатели (основные финансовые коэффициенты отчетности).

При сравнительном анализе необходимо:

1. установить изменение общей суммы капитала за отчетный период, то есть определить абсолютное отклонение общей суммы капитала на конец года по сравнению с данными на начало, рассчитать темпы роста капитала;

2. выявить изменения в размещении средств ООО «Сибстрой»;

3. установить изменения в источниках капитала, то есть какова величина и удельный вес собственного и заемного капитала, какова сумма собственных оборотных средств в обороте и величина рабочего капитала.

Рассмотрим баланс предприятия (Приложение 2) и составим сравнительный аналитический баланс по активу и пассиву.

В ходе анализа составляется сравнительный баланс по активу и пассиву приведенный в Приложении 3 и Приложении 4, соответственно.

Анализ позволяет сделать следующие выводы:

- Общая сумма активов возросла на 3535 тыс. руб., или 3,61%;
- Основная сумма капитала размещена в составе оборотных активов: на начало года – 32861 тыс. руб. и на конец года – 31489 тыс. руб.
- За отчетный период снизился удельный вес оборотных активов с 33,58 % до 31,06%.

Анализируя Приложение 4, делаем вывод о том, что в общей сумме капитала собственный капитал составляет 46,51% и 44,62%, и заемный – 8,20% и 29,51% на начало и конец отчетного периода соответственно.

Рассчитаем показатели характеризующие баланс предприятия, их значение на начало и конец года:

1. Медленно реализуемые активы (строки: 210+220+230+270)

на начало года: 10355 тыс. руб.

на конец года: 10018 тыс. руб.

К концу года медленно реализуемых активов стало меньше, что свидетельствует об увеличении оборачиваемости активов.

2. Наиболее ликвидные активы (строки: 250+230)

на начало года: 12784 тыс. руб.

на конец года: 13475 тыс. руб.

Ликвидные активы увеличились, предприятие стало стабильнее выглядеть в глазах заемщиков.

3. Величина финансово-экономической потребности (строки: 210+230+240-620)

на начало года: 7702 тыс. руб.

на конец года: 6057 тыс. руб.

Финансово-экономическая потребность на конец года уменьшилась, предприятие стало меньше зависеть от внешних факторов.

4. Стоимость имущества (строки: 190 + 290)

на начало года: 97857 тыс. руб.

на конец года: 101392 тыс. руб.

Стоимость имущества к концу года выросла.

5. Краткосрочные пассивы (строки: 610 + 630 + 660)

на начало года: 113 тыс. руб.

на конец года: 17704 тыс. руб.

Увеличение числа краткосрочных пассивов к концу года свидетельствует о нехватке собственных средств на развитие производства.

6. Всего заемных средств (строки 590 + 690)

на начало года: 52343 тыс. руб.

на конец года: 56153 тыс. руб.

Выросло так же и число заемных средств, предприятию для развития производства требуются заемные средства.

7. Рабочий капитал (строки: 290-690)

на начало года: 24841 тыс. руб.

на конец года: 1564 тыс. руб.

Истощение рабочего капитала существенно влияет на нестабильность предприятия.

8. Величина собственных средств в обороте (строки: 490 – 190)

на начало года: -19482 тыс. руб.

на конец года: -24665 тыс. руб.

Предприятию не хватает собственных средств для производства продукции.

Для наглядности сведем полученные данные в таблицу.

Таблица 3.

Показатели, характеризующие баланс предприятия

Показатель	Значение (тыс. руб.)	
	На начало года	На конец года
Медленно реализуемые активы	10355	10018
Наиболее ликвидные активы	12784	13475
Величина финансово-экономической потребности	7702	6057
Стоимость имущества	97857	101392
Краткосрочные пассивы	113	17704
Всего заемных средств	52343	56153
Рабочий капитал	24841	1564

Величина собственных средств в обороте	-19482	-24665
--	--------	--------

За отчетный период произошли изменения в балансе, которые подтверждаются рассчитанными выше показателями. Данные показатели будут в дальнейшем использоваться для анализа ликвидности баланса.

Отчет о прибылях и убытках ООО «Сибстрой» ф№2 приведен в Приложении 5.

Анализ ликвидности баланса и платежеспособности ООО «Сибстрой»

Платежеспособность организации представляет собой один из важнейших критериев оценки финансового положения.

Под платежеспособностью понимается способность субъекта своевременно и полностью рассчитываться по своим обязательствам.

Различают долгосрочную и текущую платежеспособность. Под долгосрочной понимается способность организации рассчитываться по своим долгосрочным обязательствам.

Способность организации платить по своим краткосрочным обязательствам принято называть ликвидностью (текущей платежеспособностью). Таким образом, организация считается ликвидной, когда она в состоянии выполнять свои краткосрочные обязательства, реализуя текущие активы.

Активы баланса в зависимости от степени ликвидности разделяются на следующие группы:

А₁. Наиболее ликвидные активы. Включают все статьи денежных средств организации и краткосрочные финансовые вложения (ценные бумаги), то есть строки 250+260.

А₂. Быстро реализуемые активы. Те активы, для обращения которых в наличные средства требуется определенное время. К ним относятся дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются в течении 12 месяцев после отчетной даты, и прочие оборотные активы, то есть строки 230+270.

А₃. Медленно реализуемые активы. Включают запасы, налог на добавленную стоимость, дебиторскую задолженность (платежи по которой ожидаются более через 12 месяцев после отчетной даты), то есть строки 210+220+230.

А₄. Трудно реализуемые активы. К ним относятся все необоротные активы, то есть строка 190.

Пассивы баланса группируются по степени срочности их оплаты.

П₁. Наиболее срочные обязательства. К ним относится кредиторская задолженность, то есть строка 620.

П₂. Краткосрочные пассивы. Включают краткосрочные кредиты и займы, прочие краткосрочные пассивы и расчеты по дивидендам, то есть строки 610+630+660.

П₃. Долгосрочные пассивы. К ним относятся долгосрочные кредиты и заемные средства, то есть строка 590.

П₄. Постоянные пассивы, или устойчивые, которые включают все статьи раздела 3 баланса «Капиталы и резервы» и другие постоянные пассивы, то есть строки 490+640+650.

Чтобы определить ликвидность баланса, следует сопоставить итоги приведенных групп по активу и пассиву. Баланс организации считается абсолютно ликвидным, если соблюдаются следующие соотношения:

$$A_1 \geq P_1; A_2 \geq P_2; A_3 \geq P_3; A_4 \leq P_4.$$

Сгруппируем полученные данные (см. таблицу 4) и рассмотрим ликвидность баланса ООО «Сибстрой».

Анализ ликвидности баланса (тыс. руб.)

Актив	На начало пер.	На конец пер.	Пассив	На начало пер.	На конец пер.	Платежный излишек (+) или недостаток (-)	
						На начало пер.	На конец пер.
Наиболее ликвидные активы (A ₁) строки 250+260	13318	13598	Наиболее срочные обязательства (П ₁) строка 620	7902	12065	-5416	-1533
Быстро реализуемые активы (A ₂) строки 230+270	113	0	Краткосрочные пассивы (П ₂) строки 610+630+660	53	17704	-60	17704

Медленно реализуемые активы (A ₃) строки 210+220+230	44323	26228	Долгосрочные пассивы (П ₃) строка 590	10302	10018	-34021	-16210
Трудно реализуемые активы (A ₄) строка 190.	64996	69903	Постоянные пассивы (П ₄) строки 490+640+650	45518	45389	-19478	-24514

Вывод по анализу ликвидности баланса: баланс ООО «Сибстрой» можно характеризовать как абсолютно ликвидный, за исключением расчетов по краткосрочным кредитам на конец года ($A_2 \leq P_2$), т.е. предприятие может в короткие сроки погасить задолженность перед кредиторами. Значит предприятие находится «на хорошем счету» у предполагаемых инвесторов, которые могут вложить денежные средства в производство.

Для оценки платежеспособности организации используется ряд финансовых коэффициентов, которые являются относительными величинами, поэтому более детально характеризуют платежеспособность предприятия.

Целесообразно рассчитывать и анализировать следующие финансовые коэффициенты платежеспособности:

1. Общий показатель ликвидности баланса.

$$K_{л.об.} = (a_1 * A_1 + a_2 * A_2 + a_3 * A_4) / (a_1 * P_1 + a_2 * P_2 + a_3 * P_3);$$

$$a_1 = 1, a_2 = 0,5, a_3 = 0,3.$$

2. Коэффициент абсолютной ликвидности.

$$K_{л.а.} = A_1 / (P_1 + P_2).$$

3. Промежуточный коэффициент ликвидности.

$$K_{л.п.} = (A_1 + A_2) / (P_1 + P_2).$$

4. Коэффициент текущей ликвидности.

$$K_{л.т.} = (A_1 + A_2 + A_3) / (P_1 + P_2).$$

5. Коэффициент маневренности.

$$K_{\text{ман.}} = A_3 / (A_1 + A_2 + A_3) - (\Pi_1 - \Pi_2).$$

6. Доля оборотных средств в активах предприятия.

$$D_{\text{о.с.}} = (A_1 + A_2 + A_3) / \text{ВБ.}$$

7. Коэффициент обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами.

$$K_{\text{об. с.}} = (\Pi_4 - A_4) / (A_1 + A_2 + A_3).$$

Сведем расчеты, произведенные по этим формулам.

Коэффициенты платежеспособности

Коэффициенты платежеспособности	Нормальное ограничение	На начало года	На конец года	Отклонение
1. Общий показатель ликвидности баланса.	$K_{\text{л.об}} > 1$	1,773	1,473	-0,300
2. Коэффициент абсолютной ликвидности.	$K_{\text{л.а}} > 0,2 - 0,7$	0,662	0,356	-1,306
3. Промежуточный коэффициент ликвидности.	$K_{\text{л.п}} \geq 0,7$ Желат. = 1	1,662	0,356	-0,306
4. Коэффициент текущей ликвидности.	$K_{\text{л.т}} = 1,$ оптим = 1,5 - 3	2,954	1,693	-1,261
5. Коэффициент маневренности.	$K_{\text{ман}}$ должен уменьшаться	0,652	0,382	-0,270
6. Доля оборотных средств в активах предприятия	$D_{\text{о.с.}} > 0,5$	0,242	0,203	-0,039
7. Коэффициент обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами.	$K_{\text{об. с.}}$ Не менее 0,1	-0,823	-1,196	-0,373

Выводы по показателям платежеспособности предприятия:

1. Общий показатель ликвидности баланса – показывает, что данное предприятие обладает готовностью и допустимой скоростью, с которой текущие активы могут быть превращены в денежные активы.
2. Коэффициент абсолютной ликвидности – показывает, что предприятие способно погасить часть краткосрочных обязательств немедленно.
3. Промежуточный коэффициент ликвидности – показывает, что происходит снижение финансовой устойчивости предприятия.
4. Коэффициент текущей ликвидности – показывает, что предприятие в начале года способно в полной мере оплатить краткосрочные обязательства, а в конце года способность уменьшается.
5. Коэффициент маневренности – поскольку $K_{\text{ман}}$ уменьшается то это, означает, что предприятие способно маневрировать (успешно управлять) собственными денежными средствами.
6. Доля оборотных средств в активах предприятия – поскольку доля оборотных активов мала и постепенно уменьшается, уменьшается и скорость, с которой активы могут быть превращены в денежные средства.

7. Коэффициент обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами – означает, что предприятие существенно зависимо от внешних источников финансирования.

Таким образом, состояние организации можно оценить как среднее и неустойчивое лишь по отдельным показателям.

ТЕСТ

по дисциплине «Ценообразование»

Максимальный балл – 10

За каждый правильный ответ начисляется 0,2 балла. В итоге правильные ответы суммируются.

Вопрос 1. Точка безубыточности – это:

- все ответы верны
- **объем производства, при котором производитель работает без убытков**
- правильного ответа нет
- уровень затрат, необходимый для производства продукции
- цена, при которой организация начинает получать прибыль

Вопрос 2. Более высокую цену можно установить, если спрос ...

- единичной эластичности
- **неэластичный**
- сезонный
- эластичный

Вопрос 3. В группу условий совершенной конкуренции входит условие:

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

• информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна

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

• товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателя

Вопрос 4. В какую сторону цена может отклоняться от стоимости:

- цена всегда выше стоимости
- цена всегда равна стоимости
- **цена может быть выше или ниже стоимости**
- цена не может отклоняться от стоимости ни при каких условиях

Вопрос 5. В России стратегия монополистического ценообразования ...

- законом не запрещена
- **запрещена законом**
- запрещена этикой рынка
- разрешается

Вопрос 6. Верхняя граница цены определяется ...

- затратами и максимальной прибылью
- **спросом**
- суммой внешних и внутренних затрат
-

суммой постоянных и переменных затрат

Вопрос 7. Виды себестоимости:

- **полная**
- **производственная**
- реализационная
- рыночная
- **среднеотраслевая**
- **цеховая**

Вопрос 8. Виды цен в зависимости от территории действия:

- гибкие
- **единые**
- зональные
- контрактные
- **местные**
- рыночные
- справочные

Вопрос 9. Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами функции:

- распределительной
- **регулирующей**
- стимулирующей
- учетно-измерительной

Вопрос 10. Государство устанавливает нижний лимит цен для ...

- обеспечения необходимой прибыли организациям
- **решения социальных вопросов**
- стимулирования инновационной деятельности
- фискальных целей

Вопрос 11. Зависимость свободной розничной цены от косвенных налогов:

- зависимость равна 1
- обратно пропорциональная
- **прямо пропорциональная**
- такой зависимости не прослеживается

Вопрос 12. Закупочные цены используются для ...

- реализации промышленной продукции организациям
- реализации сельхозпродукции населению
- **реализации сельхозпроизводителями своей продукции государству и организациям в больших объемах**

- скупки сырья и материалов у организаций

Вопрос 13. Затратный подход к ценообразованию основан на учёте ...

- **всех фактических затрат на производство и сбыт товаров**
- зависит от спроса населения на товар
- постоянных затрат на производство товара
- прямых затрат на производство товара

Вопрос 14. Когда потолок цен устанавливается ниже равновесной цены, возникает

...

- **дефицит**
- избыток
- изменение предложения
- изменения объема продаж

Вопрос 15. Косвенные методы регулирования цен

- введение рекомендательных цен по важнейшим видам продукции
- изменение акцизной ставки
- установление паритетных цен
- установление предельного норматива рентабельности

Вопрос 16. Маржинальная теория цены и ценообразования считает базой цены товара ...

- качество
- полезность
- **предельную полезность**
- редкость

Вопрос 17. На рынке свободной конкуренции организация придерживается:

- **адаптивной политики цен**
- маркетингового ценообразования
- политики доминирующего лидерства
- политики приспособления к ведущим конкурентам

Вопрос 18. Недостатки методов затратного ценообразования:

- **игнорирование информации о поведении конкурентов**
- игнорирование информации о поведении покупателей
- недостоверность исходных данных
- сложность сбора информации

Вопрос 19. Олигополия — это такая рыночная структура, при которой:

- **в отрасли незначительное количество производителей, которые могут согласовать свои действия**
- в отрасли один производитель и несколько покупателей, товар однороден
- товар однороден, входные барьеры отсутствуют, имеется один продавец и много покупателей
- товар однороден, имеется много продавцов и один покупатель

Вопрос 20. Определите переменные издержки единицы продукции (руб.), при условии, что точка безубыточности равна 500 ед., годовая сумма постоянных издержек составляет 70000 руб., цена продукции – 200 руб.:

- 140
- 2,5
- 350
- **60**

Вопрос 21. Определите точку безубыточности (шт.), если известно, что годовая сумма постоянных издержек составляет 56000 руб., цена продукции – 300 руб., переменные издержки – 100 руб.:

- 140
- 187
- **280**
- 560

Вопрос 22. Определить оптовую цену предприятия при условии, что полная себестоимость изделия составляет 350 руб., а норма прибыли 30%, НДС 10%:

- 455
- **500**
- 536,9
- 590

Вопрос 23. Основной метод установления цен:

- «снятия сливок»
- захват потребительского излишка
- максимум прибыли
- обеспечение безубыточности
- **средние затраты плюс прибыль**

Вопрос 24. Переменные затраты на единицу продукции ...

- зависят от постоянных затрат
- остаются неизменными
- снижаются в зависимости от объёма производства
- **увеличиваются, если объём производства растёт**

Вопрос 25. Под монополистической конкуренцией понимают такую структуру рынка, при которой:

- взаимодополняемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей

- взаимодополняемые товары производятся небольшим числом независимых друг от друга производителей
- **взаимозаменяемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей**

- все товары производятся в условиях конкуренции

Вопрос 26. Показатель рентабельности продаж товара прямо пропорционален ...

- величине косвенных налогов
- **прибыли от реализации товара**
- себестоимости товара
- ценовым надбавкам

Вопрос 27. Политика фиксированных цен заключается в продаже товара по ценам

...

- все ответы верны
- ниже себестоимости
- определяемым торговым посредником
- **утверждённым руководством организации**

Вопрос 28. Полная себестоимость продукции включает ...

- альтернативные расходы
- маржинальные расходы
- **производственную себестоимость и расходы на продажу**
- только производственную себестоимость

Вопрос 29. При базисном условии цены CFR морская транспортировка осуществляется:

- на риск и за счет покупателя
- на риск и за счет продавца
- **на риск покупателя, но за счет продавца**
- на риск продавца, но за счет покупателя

Вопрос 30. При заключении контракта на условия поставки по цене СРТ обязанности продавца считаются выполненными:

- в момент прибытия товара к месту назначения, указанному в контракте
- **при передаче товара первому перевозчику**
- при передаче товара экспедиторской компании
- при погрузке товара в железнодорожный вагон

Вопрос 31. Признаки мировой цены – это ...

- высокие экспортно-импортные тарифы
- наличие информации в печати
- **платежи в свободно конвертируемой валюте**
- **представительность**
- регулируемость уровня цен государствами
- **совершение крупных экспортных и импортных сделок**

Вопрос 32. Психология покупателя наиболее часто учитывается при исчислении ...

- затрат на производство
- оптовой цены предприятия
- отпускной цены на продукцию производственного назначения
- **розничной цены потребительских товаров**

Вопрос 33. Публикуемые (справочные) цены, как правило, являются ценами ...

- взаимозачёта
- обмена
- **предложения**
- спроса

Вопрос 34. Пути снижения себестоимости:

- использование «черной» бухгалтерии

- переход на другую систему уплаты налогов
- **применение ресурсосберегающих технологий**
- снижение производительности труда
- **снижение трудоемкости продукции**

Вопрос 35. Равновесная цена – цена, при которой равны ...

- объём реального производства и потенциальные возможности организации
- **объём спроса на товар и объём его предложения**
- прибыль и затраты на производство товара
- рентабельность и затраты на производство товара

Вопрос 36. Разность между выручкой от продаж продукции и переменными затратами....

- валовая прибыль
- **маржинальная прибыль**
- чистая прибыль
- чистый доход

Вопрос 37. Расчетная цена участника внешнеторговой сделки – это ...

- **нижний порог цены для участника сделки**
- цена другой сходной сделки на сходный товар
- цена, оглашенная в справочных каталогах и рекламных проспектах
- цена, по которой участник сделки желал бы продать (купить) товар

Вопрос 38. Регулирование государством цен посредством установления условий ценообразования осуществляется в формах ...

- **государственного контроля за монопольными ценами**
- замораживания цен
- установления государственных преysкурантных цен
- установления максимального уровня разового повышения цен

Вопрос 39. Регулирование цен на продукцию монополистов может осуществляться в форме применения ... цен.

- **предельных**
- преysкурантных
- сезонных
- скользящих

Вопрос 40. Регулирование цен со стороны государства в условиях рыночной экономики ...

- желательно только на предметы потребления
- не осуществляются
- **необходимо на ограниченный круг товаров**
- необходимо только на продукты питания

Вопрос 41. Регулируемая система цен в основном применяется ...

- **в отраслях с естественной монополией**
- на мировом рынке
- на потребительском рынке
- на рынках средств производства

Вопрос 42. Регулируемые цены отличаются от свободных цен по ...

- абсолютным показателям
- конъюнктуре мирового рынка
- натуральным показателям
- **степени и характеру вмешательства государства в ценообразование**

Вопрос 43. Сезонность может привести на рынке к ...

- **колебаниям розничных цен**
- стабильности розничных цен
- шокам предложения

- шокам спроса

Вопрос 44. Спрос можно считать неэластичным, если:

- **при изменении цены спрос не изменится**
- при несущественном снижении цены спрос увеличится значительно
- при постоянной цене изменяется спрос
- при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно

Вопрос 49. Ставки налога на добавленную стоимость согласно НК РФ:

- **0; 10; 20**
- 0; 10; 18
- 10; 20
- 5; 10; 13; 18, 20

Вопрос 45. Статьи калькуляции расчётной базы цены, относящиеся к прямым расходам:

- коммерческие расходы
- общехозяйственные расходы
- **сырьё и материалы**
- **топливо и энергия на технологические цели**

Вопрос 46. Стратегия низких цен используется ...

- **для прорыва на рынок**
- для товаров, выпускаемых в небольших объемах
- при больших финансовых затратах
- **при масштабном выпуске продукции**

Вопрос 47. Стратегия средних цен может быть представлена стратегией ...

- «снятия сливок»
- дифференцированных цен
- проникновения на рынок
- **следования за лидером**

Вопрос 48. Стратегия, при которой установление цен на более низком уровне, чем по мнению большинства покупателей заслуживает товар с данной экономической ценностью называется стратегией:

- премиального ценообразования
- скидок
- скорейшего возврата средств
- **ценового прорыва**

Вопрос 49. Таможенная пошлина – это ...

- **косвенный налог**
- нет верного ответа
- прямой налог
- ценовое вознаграждение таможенного органа за его услуги

Вопрос 50. Тендер позволяет приобрести товар по ...

- максимальной цене
- **минимальной цене**
- средней арифметической
- цене, максимально отражающей качество товара

Вопросы к зачету по дисциплине «Ценообразование»

Вопросы к зачету:

1. Цена как экономическая категория.
2. Классификация цен.
3. Функции цены в рыночной экономике.
4. Система цен в экономике.
5. Состав и структура оптовой цены предприятия.
6. Состав и структура отпускной цены промышленности.
7. Состав и структура розничной цены.
8. Ценовая политика фирмы. Задачи ценовой политики фирмы.
9. Классификация факторов, влияющих на принятие решения об установлении цены.
10. Особенности установления цены при выходе фирмы на новый рынок. Источники информации для построения ценовой модели и определения оптимальной цены
2. Различные виды и задачи ценовой политики предприятия, связанные с текущими, средне- и долгосрочными планами
3. Основные методы ценообразования и особенности их применения в условиях неопределенности.
11. Ценовая стратегия при введении на рынок нового товара.
12. Стратегия ценообразования при защите позиций на рынке.
13. Ценообразование при последовательном проходе по сегментам рынка.
14. Ценовая политика фирмы при использовании стратегий быстрого и удовлетворительного возмещения затрат.
15. Стимулирование комплексных продаж.
16. Методология ценообразования. Основные принципы ценообразования.
17. Затратное ценообразование: достоинства и недостатки.
18. Административный метод установления цен. Приемы установления цен.
19. Установление цен в условиях совершенной конкуренции.
20. Ценообразование в условиях монополии, имеющей целью максимизацию прибыли.
21. Установление цен в случае максимизации валового дохода монополистом.
22. Ценообразование по системе двойного тарифа.
23. Ценообразование по принципу «издержки плюс».
24. Понятие мировой цены. Источники информации о мировых ценах.
25. Алгоритм расчета экспортной цены.
26. Расчет импортной цены.
27. Ценовые поправки.
28. Виды ценовых скидок.
29. Цели и задачи государственного регулирования цен.
30. Методы государственного регулирования цен.
31. Товарный и валютный демпинг.
32. Сущность контрактной цены.
33. Виды контрактных цен.
34. Расчет скользящей цены. Область применения скользящих цен.
35. Цена на лицензию и «ноу-хау». Роялти и паушальные платежи.
36. Трансфертная цена. Область применения трансфертных цен.
37. Цена потребления. Ее роль в принятии решения о покупке.

38. Разработка ценового прогноза методом экстраполяции.
39. Методы экспертных оценок в прогнозировании цен.
40. Разработка ценового прогноза с помощью экономико-математических методов.
41. Назначение, структура и содержание основных финансовых отчетов организации

Практикоориентированные задания

Задача 1.

Пример. *Предприятие производит продукцию одного вида. Затраты на производство и реализацию составляют 600 000 ден. ед. Объем производства и реализации составил 60 000 штук. Определить себестоимость единицы продукции.*

Решение: $C = 600\ 000 \text{ ден. ед.} / 60\ 000 \text{ шт.} = 10 \text{ ден. ед.}$

Задача 1. Предприятие “Пластикон” производит продукцию А. Общие издержки за отчетный период составили 450 000 ден. ед. За это период было выпущено 90 000 штук. Определить издержки, приходящиеся на одно изделие методом прямого счета, а также цену, если уровень рентабельности изделия составляет 25 %.

Задача 2. Предприятие «Тамань» выпускает продукцию. За предыдущий период издержки составили 950 000 ден. ед., а объем выпуска насчитывал 48 000 штук. В последующий период издержки выросли до 122 000 ден. ед., а объем выпуска до 65 000 штук. Определите себестоимость за предыдущий и за отчетный период, определите процент изменения себестоимости.

Задача 2.

Многоступенчатый метод прямого счета применяется, когда производство

продукции осуществляется на нескольких рабочих местах, т. е. изделие проходит несколько ступеней обработки и между ними образуется производственный задел. Себестоимость единицы продукции определяется по формуле

$$C = И1/Н1 + И2/Н2 + \dots + ИР/НР,$$

где И_і (ИР) – издержки на производство (реализацию) продукции на і-м рабочем месте, ден. ед.;

Н_і (НР) – количество произведенной (реализованной) продукции на і-м рабочем месте, нат. ед.

Пример. *Производство продукции осуществляется на двух рабочих местах. На первом рабочем месте было изготовлено 2000 полуфабрикатов, издержки производства при этом составили 112 000 ден. ед. На втором рабочем месте после дополнительной обработки с издержками 58 000 ден. ед. было изготовлено 1600 штук готовых изделий. Реализовано 1400 штук, издержки реализации составили 5600 ден. ед. Определить себестоимость единицы продукции.*

Решение: $C = 112\ 000 \text{ ден. ед.} / 2000 \text{ шт.} + 58\ 000 \text{ ден. ед.} / 1600 \text{ шт.} + 5600 \text{ ден. ед.} / 1400 \text{ шт.} = 90 \text{ ден. ед.}$

Задача 1. Процесс производства продукции предприятия включает две технологические операции. Затраты на материалы единицы продукции составляют 20 ден. ед. На первом рабочем месте производится 800 штук полуфабрикатов, издержки производства 16 000 ден. ед. На втором рабочем месте после дальнейшего обработки с издержками 3000 ден. ед. было изготовлено 1000 штук изделий. Объем продаж составил 400 штук, издержки на реализацию составили 1000 ден. ед. Определить себестоимость единицы продукции.

Задача 3.

Пример. *Химическое предприятие производит в результате переработки сырья основную продукцию и побочные продукты - В и С, которые различаются дальнейшим процессом обработки. За 5000кг основного продукта было получено при продаже 500000*

ден. ед. Побочный продукт В продан в количестве 2000кг за 250000 ден. ед., побочный продукт С – в количестве 1000кг за 150000 ден. ед. Общие издержки производства составили 750 000 ден. ед. Издержки дальнейшей обработки продукта В – 50 000 ден. ед., продукта С – 100 000 ден. ед. Определить себестоимость 1 кг основного продукта.

Решение: $I_{осн} = (750000 + 2000(125 - 25) + 1000(150 - 100)) / 5000 = 200$ ден. ед.

Задача 1. Предприятие в рамках одного технологического процесса производит один основной продукт и три побочных: А, В, С. Количество основного продукта – 4000 т, побочного продукта А – 500 т, побочного продукта В – 300 т, продукта С – 400 т. Общие производственные издержки составляют 890 610 ден. ед. Издержки дальнейшей обработки побочного продукта А – 3,5 ден. ед. на тонну, а цена реализации – 22,5 ден. ед., побочного продукта В – 3,2 ден. ед. на тонну, цена реализации – 19,3 ден. ед., продукта С – 3,9 ден. ед., цена реализации – 24,6 ден. ед. Определить себестоимость 1 т основного продукта.

Лист регистрации изменений, дополнений и ревизий документа

№ п/п	Дата внесения изменения	Документ, на основании которого внесено изменение	Краткое содержание изменения
1	2	3	4
1	01.09.2021 г.	Протокол решения УС № 1 от 01.09.2021 г.	Внесение изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 26 ноября 2020 г. № 1456)
2	26.01.2022 г.	Протокол решения УС № 6 от 26.01.2022 г.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Актуализация комплектов оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине; 2. Актуализация перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины; 3. Актуализация перечня ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины; 4. Актуализация методических указаний для обучающихся по освоению дисциплины; 5. Актуализация перечня современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем; 6. Актуализация материально-технического и программного обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине.
3	31.08.2022 г.	Протокол решения УС № 13 от 31.08.2022 г.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Утверждение Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245); 2. Актуализация документов, регламентирующих содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП ВО по направлению подготовки.