

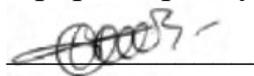


**Частное учреждение высшего образования
«Институт государственного администрирования»**

**Факультет Экономики и управления
Кафедра Экономики и менеджмента**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 П.Н. Рузанов

«26» августа 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»**

Направление подготовки:

38.03.02 «Менеджмент»

Профиль: «Менеджмент организации»

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная, заочная

Москва 2022 г.

Направление подготовки	38.03.02 «Менеджмент» (код и наименование направления подготовки)
Направленность (профиль) подготовки	«Менеджмент организации» (наименование профиля подготовки)
Квалификация выпускника	бакалавр
Форма обучения	Очная/заочная

Рабочая программа по дисциплине **«Ценообразование»** составлена на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования к минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра для обучающихся по направлению подготовки **38.03.02 «Менеджмент»**

СОСТАВИТЕЛЬ :

Кандидат экономических наук, доцент
Жегунова Ольга Сергеевна

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы
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
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
8. Программное обеспечение (комплект лицензионного программного обеспечения)
9. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы
10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. ЦЕЛИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является: формирование профессиональных знаний и компетенций в области теории и практики ценообразования, освоение методологических основ расчета внутренних, внешнеторговых, мировых, оптовых и розничных цен, приемы формирования ценовой политики, ценовых стратегий, которые помогут в выработке самостоятельных управленческих решений, повышающих эффективность бизнеса.

Основными задачами дисциплины являются:

- Углубить знание студентами теоретических основ ценообразования
- Познакомить студентов с методическими основами и методами ценообразования
- Привить студентами навыки решения прикладных задач в области ценообразования
- Познакомить студентов с отраслевыми особенностями ценообразования.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- сущность цены как экономической категории, состав, структуру и функции цены;
- систему ценообразующих факторов и их роль в практике ценообразования;
- принципы, факторы и методы формирования цен и проведения ценовой политики, систему и виды цен, стратегию и тактику ценообразования, порядок формирования цен на основе учета и изучения требований экономических законов рыночной экономики;
- сущность и цели ценовой политики предприятия.

уметь:

- определять ценовую стратегию предприятия с учетом специфики его деятельности и структуры рынка;

- принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства;
- на основе полученных знаний анализировать, прогнозировать и решать возникающие в практической деятельности проблемы ценообразования.

владеть:

- математическим аппаратом, необходимым для расчета цен различными способами;
- инструментарием статистики цен;
- навыками практического ценообразования.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурных (ОК):

- **ОК-3** - способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;
- **ОК-6** - способностью к самоорганизации и самообразованию.

общепрофессиональных (ОПК):

- **ОПК-1** – владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;
- **ОПК-5** - владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем;

профессиональных (ПК):

- **ПК-14** - умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета.

<i>Коды компетенции</i> *	<i>Содержание компетенций**</i>	<i>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине***</i>
------------------------------	---------------------------------	---

ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	<p>Знать: основные понятия и категории экономики, ключевые концепции экономической теории, роль экономики в обосновании типов и моделей экономической политики.</p> <p>Уметь: анализировать экономические явления на уровне национальной и мировой экономики, адаптировать знания экономики к профессиональной сфере деятельности управленца.</p> <p>Владеть: методами экономического анализа, построения закрытых и открытых моделей роста и развития национальной экономики.</p>
ОК-6	способностью к самоорганизации и самообразованию	<p>Знать: принципы системы организации труда, элементы организации труда</p> <p>Уметь: определять ключевые проблемы в сфере труда на предприятии и в обществе</p> <p>Владеть: высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности в трудовой сфере</p>
ОПК-1	владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	<p>Знать: принципы экономического мышления, нормативно-правовые документы;</p> <p>Уметь: анализировать факты, характеризующие экономические процессы, обобщать результаты анализа и синтезировать их в экономических моделях;</p> <p>Владеть: культурой экономического мышления, методами анализа и синтеза информации в области экономики предприятия опираясь на нормативные и правовые документы в своей профессиональной деятельности.</p>
ОПК-5	владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем	<p>Знать: методологию сбора, расчета, анализа финансовых данных, необходимых для решения профессиональных задач</p> <p>Уметь: рассчитывать амортизацию основных средств, оплату труда работников</p> <p>Владеть: современными методами сбора, расчета, анализа показателей финансовых результатов деятельности организации</p>
ПК-14	умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики	<p>Знать: ключевые показатели в рамках стоимостного финансового анализа, содержание и основные направления финансовых стратегий предприятия,</p>

	<p>и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета</p>	<p>составляющие элементы и методы оценки стоимости капитала, способы оптимизации структуры капитала компании, содержание и факторы, определяющие дивидендную политику компании, современные методики дивидендных выплат.</p> <p>Уметь: увязывать финансовые решения и стоимость бизнеса, обосновывать влияние факторов и отдельных решений на оптимальную структуру капитала и дивидендную политику, применять разные приемы обоснования целевой структуры капитала и дивидендной политики компании, оценивать стоимость и структуру капитала, разрабатывать прогнозные финансовые планы компании и контролировать их исполнение.</p> <p>Владеть: навыками принятия эффективных управленческих решений при выборе источников финансирования организации в конкретной ситуации, методами оптимизации структуры капитала и обеспечения финансовой устойчивости организации.</p>
--	--	---

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ

ОП ВО

Б1.Б.27 Базовая часть.

«Ценообразование» является дисциплиной базовой части учебного плана и изучается студентами второго курса в третьем семестре очной и заочной форм обучения.

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- Социология,
- Логика,
- Информатика,
- Концепции современного естествознания,
- Экономика природопользования

Наименования последующих учебных дисциплин:

- Финансовый менеджмент,

- Политика доходов и заработной платы,
- Социология управления,
- Экономика предприятия,
- Стратегический менеджмент,
- Страхование,
- Бизнес-планирование.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы (72 часа).
Дисциплина предполагает изучение 6 тем.

№	Форма обучения	семестр	Общая трудоемкость		В том числе контактная работа с преподавателем				сам. работа	часы	вид контроля
			в з.е.	в часах	всего	лекции	семинары, ПЗ	кур.раб/контр. раб			
1	Очная	3	2	72	34	20	14		38		Зачет
2	Заочная	4	2	72	10	6	4		58	4	Зачет

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

5.1. Тематический план дисциплины Ценообразование (очная форма)

Наименование тем	Количество часов (в акад. часах и/или кредитах)			
	Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего часов по теме
Тема 1. Роль цены и методология ценообразования	4	2	6	12
Тема 2. Формирование цен в рыночных условиях и ценообразующие факторы	4	2	6	12
Тема 3. Система и виды цен	4	2	6	12
Тема 4. Особенности ценообразования на различных типах (моделях) рынков	4	2	6	12
Тема 5. Методы ценовой политики	2	3	7	12

государства и предприятия (фирмы)				
Тема 6. Стратегия ценообразования	2	3	7	12
Итого по курсу:	20	14	38	72

5.2 Тематический план дисциплины Ценообразование (заочная форма)

Наименование тем	Количество часов (в акад. часах и/или кредитах)				
	Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Контроль сам. работы	Всего часов по теме
Тема 1. Роль цены и методология ценообразования	2	2	8	1	12
Тема 2. Формирование цен в рыночных условиях и ценообразующие факторы	-	-	10	-	10
Тема 3. Система и виды цен	2	2	10	1	15
Тема 4. Особенности ценообразования на различных типах (моделях) рынков	-	-	10	-	10
Тема 5. Методы ценовой политики государства и предприятия (фирмы)	2	-	10	1	13
Тема 6. Стратегия ценообразования	-	-	10	1	11
Итого по курсу:	6	4	58	4	72

5.3 Содержание тем дисциплины Ценообразование

№ п/п	Наименование раздела/ темы дисциплины	Содержание раздела/темы
1.	Тема 1. Роль цены и методология ценообразования	Теоретические основы установления цены и ее роль в рыночной экономике Методология и принципы ценообразования
2.	Тема 2. Формирование цен в рыночных условиях и ценообразующие факторы	Закон спроса и предложения. Формирование рыночной цены Эластичности спроса от цены и дохода Факторы рыночного ценообразования Роль маркетинговых исследований в процессе ценообразования
3.	Тема 3. Система и виды цен	Система цен, их взаимосвязь и взаимозависимость Классификация цен
4.	Тема 4. Особенности ценообразования на различных типах (моделях) рынков	Рынок как экономическая категория, его структура и типы Особенности ценообразования на различных типах

	ков	рынков Расчет индексов фондового рынка
5.	Тема 5. Методы ценовой политики государства и предприятия (фирмы)	Ценовая политика государства Ценовая политика предприятия (фирмы) Механизм установления окончательной цены Метод маржинальной прибыли Метод графического изображения
6.	Тема 6. Стратегия ценообразования	Ценовая стратегия предприятия и ее особенности Информация для принятия решений по стратегии ценообразования Взаимосвязь цен с экономическими категориями Взаимодействие цен с финансово-кредитной системой Взаимовлияние цен и налогов Денежное обращение, инфляция и изменение цен

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

В процессе освоения дисциплины «Ценообразование» используются следующие образовательные технологии:

1. Стандартные методы обучения:
 - Лекции;
 - Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные вопросы методики расчета показателей, рассмотренных в лекциях, учебной литературе и раздаточном материале;
 - Письменные домашние работы;
 - Расчетно-аналитические задания;
 - Самостоятельная работа студентов, в которую включается освоение методов анализа информации и интерпретации результатов;
 - Консультации преподавателей.
2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий.

6.2. Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

При реализации дисциплины «Ценообразование» используются *интерактивные* формы проведения занятий:

- обсуждение, в виде совместной работы над электронными документами;
- работа в малых группах.

В рамках развития интерактивных форм обучения на дисциплине «Ценообразование» разработаны презентации с возможностью использования различных вспомогательных средств: видео, слайдов и т.п.

7. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИС- ЦИПЛИНЕ.

Одним из основных видов деятельности студента является самостоятельная работа, которая включает в себя изучение лекционного материала, учебников и учебных пособий, первоисточников, подготовку докладов, сообщений, выступлений на семинарских занятиях, написание рефератов, выполнение заданий преподавателя.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей студентов. Время и место самостоятельной работы (аудитории института, библиотека) выбираются студентами по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения программы, которая содержит основные требования к знаниям, умениям, навыкам студентов. Обязательно следует вспомнить рекомендации, данные преподавателем, затем приступить к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном программой.

Получив представление об основном содержании темы, необходимо изучить материал с помощью учебника. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела, включенных в него тем. Затем, как показывает опыт, полезно изучить выдержки из первоисточников – работ выдающихся философов и правоведов. Полезно составить их краткий конспект. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

8. Программное обеспечение (комплект лицензионного программного обеспечения)

Для повышения качества подготовки и оценки полученных знаний часть практических занятий планируется проводить в компьютерном классе с использованием компонентов Microsoft Office 2007, 2008, 2010: Word, Excel, Access, PowerPoint, Visio, 1С: Предприятие.

8.1. Темы эссе, рефератов

1. Сравнительная характеристика теорий ценообразования
2. Роль и функции цены в различных экономических системах
3. Мировые цены: основные виды, источники информации о них и правила их использования
4. Опыт ценообразования и регулирование цен в промышленно развитых странах
5. Ценообразование на рынке научно – технической продукции
6. Установление цен на товары народного потребления
7. Факторы чувствительности покупателя к цене
8. Ценообразование на бытовые услуги, оказываемые населению
9. Санкции и ответственность за нарушение государственной дисциплины цен
10. Ценообразование в торговле
11. Ценообразование на рынке услуг
12. Инфляция и ее влияние на цену.
13. Акциз как составляющая цены. Порядок исчисления
14. Конкуренция и ее влияние на цену
15. Ценообразование на рынке строительных услуг
16. Ценообразование на рынке железнодорожных услуг
17. Ценообразование на рынке медицинских услуг

8.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля по темам

Тема 1. Роль цены и методология ценообразования

- 1.1. Цена и ее роль в рыночной экономике
- 1.2. Функции цены
- 1.3. Принципы ценообразования
- 1.4. Методология ценообразования

Тема 2. Формирование цен в рыночных условиях и ценообразующие факторы

- 2.1. Закон спроса и предложения
- 2.2. Эластичности спроса от цены и дохода
- 2.3. Факторы рыночного ценообразования
- 2.4. Особенности формирования рыночной цены
- 2.5. Роль маркетинговых исследований в процессе ценообразования

Тема 3. Система и виды цен

- 3.1. Классификация цен
- 3.2. Система цен, их взаимосвязь и взаимозависимость

Тема 4. Особенности ценообразования на различных типах (моделях) рынков

- 4.1. Рынок, его структура и типы
- 4.2. Особенности ценообразования на различных типах рынков
- Тема 5. Методы ценовой политики государства и предприятия (фирмы)**
- 5.1. Ценовая политика предприятия (фирмы)
- 5.2. Механизм установления окончательной цены
- 5.3. Методы расчета прибыли
- Тема 6. Стратегия ценообразования**
- 6.1. Ценовая стратегия предприятия
- 6.2. Информация для принятия решений по стратегии ценообразования
- 6.3. Взаимодействие цен с финансово-кредитной системой
- 6.4. Взаимовлияние цен и налогов
- 6.5. Денежное обращение, инфляция и изменение цен

Перечень вопросов к контрольным работам:

1. Что является основой цены товара (продукции)?
2. Как оценивается влияние закона стоимости на процесс создания стоимости в товарном производстве?
3. Как проявляется в рыночной экономике действие механизма цен, связанного с соотношением спроса и предложения?
4. Какую роль занимает цена в рыночных отношениях и что собой в целом представляет цена?
5. Что включают в себя макроэкономические и микроэкономические государственные меры по регулированию цен?
6. Какое можно дать определение понятию рынка с точки зрения ценообразования?
7. В чем заключаются принципиальные отличия рыночного ценообразования от планового, централизованного установления цен?
8. Под воздействием каких факторов формируется динамика цен?
9. В каких основных специфических функциях проявляется экономическая сущность цены?
10. Что включает в себя методология ценообразования и какие существуют методы и принципы формирования цен?
11. Как формируются спрос и предложение на рынке и какие факторы влияют на величину спроса на товар и на величину предложения?

- 12.Какая существует взаимосвязь между ценами и количеством купленного товара на рынке и какую зависимость показывает кривая спроса?
- 13.Какая существует взаимосвязь между ценами и количеством предлагаемых к продаже товаров на рынке и какую зависимость показывает кривая предложения?
- 14.Как определяется равновесная (рыночная) цена и как ее изменение влияет на соотношение спроса и предложения товаров?
- 15.Что показывает эластичность спроса и предложения и каким образом можно измерить уровень эластичности спроса от цены?
- 16.Какие можно привести факторы макроэкономического и микроэкономического уровня, определяющие уровень и динамику цен?
- 17.В каких двух основных формах проявляется государственное регулирование цен?
- 18.Что означает ценовая и неценовая конкуренция в рыночных условиях и какие методы конкуренции при этом применяются?
- 19.В чем заключаются стратегический и тактический факторы, влияющие на формирование и динамику цен?
- 20.Как проявляется взаимосвязь установления цены с исследованиями маркетинга?
- 21.Что представляет собой система цен и какая существует зависимость между ценами при их формировании?
- 22.Какие применяются механизмы формирования цен в практике товарного производства?
- 23.Какие основные группы цен объединяет классификация цен?
- 24.Какой существует порядок разработки калькуляции себестоимости единицы продукции при обосновании конкретной цены и какие при этом применяются статьи затрат?
- 25.Какая существует классификация инвойсных цен согласно перечню «Инкотермс»?
- 26.Какие классификации цен используются в маркетинге?

27. Какие виды скидок с установленных цен используются в ценообразовании?
28. Как производится оценка уровня цен?
29. Что представляет собой структура любого рынка?
30. Какие существуют в рыночной экономике классификации рынков?
31. Для какой цели производителю (продавцу) необходимо проводить анализ типов (моделей) рынков?
32. Какие различаются формы ценовой дискриминации?
33. Как проводится расчет оценки реактивности экономической системы на изменение спроса с учетом количества предприятий на разных типах (моделях) рынков?
34. Как рассчитываются конкретные показатели (индексы), определяющие уровень концентрации рынка товаров разных фирм (показатель пороговых долей рынка, индекс концентрации в общем объеме рынка, индекс Линда для крупнейших фирм, индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс рыночной концентрации товаров разных фирм)?
35. Какие имеются особенности ценообразования на различных типах (моделях) рынков?
36. Как проводится расчет индекса потребительских цен (ИПЦ) товаров и услуг?
37. Как рассчитываются индексы фондового рынка?
38. Каковы основные цели государственного регулирования цен социально-ориентированной национальной экономики?
39. Какими основными законодательными и правовыми нормативными актами определяются важнейшие направления государственной ценовой политики?
40. Когда в нашей стране была проведена либерализация цен и каковы ее результаты?
41. Какими способами и мерами государство может фиксировать цены, регулировать рыночные цены?

42. К чему сводится государственный контроль за ценами, что является основными нарушениями государственной дисциплины цен?
43. Каковы основные цели ценовой политики любого предприятия?
44. В чем состоит процесс установления величины цен товара?
45. Какие существуют основные методы ценообразования?
46. Какие основные взаимосвязанные этапы (блоки) необходимо определить и правильно реализовать в процессе ценообразования в целях установления окончательной цены продукции?
47. По каким основным причинам, учитывая результаты маркетинговых и ценовых исследований, предприятия проводят ценовые изменения товара?
48. Что представляет собой стратегия ценообразования?
49. В чем заключаются особенности ценовой стратегии предприятия?
50. Какие основные этапы включает исходная разработка стратегии ценообразования?
51. На каких основных подходах должна базироваться разработка ценовой стратегии предприятия?
52. Что включает осуществление этапов разработки ценовой политики и стратегии предприятия, в чем состоит ее реализация?
53. Какие можно привести наиболее распространенные ценовые стратегии предприятия?
54. Что представляет собой дифференцированное, конкурентное, ассортиментное ценообразование?
55. Какая необходима информация для принятия решений по стратегии ценообразования?
56. Как осуществляются взаимодействие цен и финансово-кредитной системы, взаимовлияние цен и налогов?
57. Какое влияние оказывают денежное обращение и инфляция на изменение цен?
58. Какие меры необходимо принять в целях совершенствования ценовой политики и решения сложных проблем ценообразования в нашей стране?

8.3. Контрольные вопросы промежуточной аттестации

(по итогам изучения курса)

1. Что является основой цены товара (продукции)?
2. Как оценивается влияние закона стоимости на процесс создания стоимости в товарном производстве?
3. Как проявляется в рыночной экономике действие механизма цен, связанного с соотношением спроса и предложения?
4. Какую роль занимает цена в рыночных отношениях и что собой в целом представляет цена?
5. Что включают в себя макроэкономические и микроэкономические государственные меры по регулированию цен?
6. Какое можно дать определение понятию рынка с точки зрения ценообразования?
7. В чем заключаются принципиальные отличия рыночного ценообразования от планового, централизованного установления цен?
8. Под воздействием каких факторов формируется динамика цен?
9. В каких основных специфических функциях проявляется экономическая сущность цены?
10. Что включает в себя методология ценообразования и какие существуют методы и принципы формирования цен?
11. Как формируются спрос и предложение на рынке и какие факторы влияют на величину спроса на товар и на величину предложения?
12. Какая существует взаимосвязь между ценами и количеством купленного товара на рынке и какую зависимость показывает кривая спроса?
13. Какая существует взаимосвязь между ценами и количеством предлагаемых к продаже товаров на рынке и какую зависимость показывает кривая предложения?
14. Как определяется равновесная (рыночная) цена и как ее изменение влияет на соотношение спроса и предложения товаров?
15. Что показывает эластичность спроса и предложения и каким обра-

зом можно измерить уровень эластичности спроса от цены?

16. Какие можно привести факторы макроэкономического и микроэкономического уровня, определяющие уровень и динамику цен?

17. В каких двух основных формах проявляется государственное регулирование цен?

18. Что означает ценовая и неценовая конкуренция в рыночных условиях и какие методы конкуренции при этом применяются?

19. В чем заключаются стратегический и тактический факторы, влияющие на формирование и динамику цен?

20. Как проявляется взаимосвязь установления цены с исследованиями маркетинга?

21. Что представляет собой система цен и какая существует зависимость между ценами при их формировании?

22. Какие применяются механизмы формирования цен в практике товарного производства?

23. Какие основные группы цен объединяет классификация цен?

24. Какой существует порядок разработки калькуляции себестоимости единицы продукции при обосновании конкретной цены и какие при этом применяются статьи затрат?

25. Какая существует классификация инвойсных цен согласно перечню «Инкотермс»?

26. Какие классификации цен используются в маркетинге?

27. Какие виды скидок с установленных цен используются в ценообразовании?

28. Как производится оценка уровня цен?

29. Что представляет собой структура любого рынка?

30. Какие существуют в рыночной экономике классификации рынков?

31. Для какой цели производителю (продавцу) необходимо проводить анализ типов (моделей) рынков?

32. Какие различаются формы ценовой дискриминации?

33. Как проводится расчет оценки реактивности экономической системы на изменение спроса с учетом количества предприятий на разных типах (моделях) рынков?

34. Как рассчитываются конкретные показатели (индексы), определяющие уровень концентрации рынка товаров разных фирм (показатель пороговых долей рынка, индекс концентрации в общем объеме рынка, индекс Линда для крупнейших фирм, индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс рыночной концентрации товаров разных фирм)?

35. Какие имеются особенности ценообразования на различных типах (моделях) рынков?

36. Как проводится расчет индекса потребительских цен (ИПЦ) товаров и услуг?

37. Как рассчитываются индексы фондового рынка?

38. Каковы основные цели государственного регулирования цен социально-ориентированной национальной экономики?

39. Какими основными законодательными и правовыми нормативными актами определяются важнейшие направления государственной ценовой политики?

40. Когда в нашей стране была проведена либерализация цен и каковы ее результаты?

41. Какими способами и мерами государство может фиксировать цены, регулировать рыночные цены?

42. К чему сводится государственный контроль за ценами, что является основными нарушениями государственной дисциплины цен?

43. Каковы основные цели ценовой политики любого предприятия?

44. В чем состоит процесс установления величины цен товара?

45. Какие существуют основные методы ценообразования?

46. Какие основные взаимосвязанные этапы (блоки) необходимо определить и правильно реализовать в процессе ценообразования в целях установления окончательной цены продукции?

47. По каким основным причинам, учитывая результаты маркетинговых и ценовых исследований, предприятия проводят ценовые изменения товара?

48. Что представляет собой стратегия ценообразования?

49. В чем заключаются особенности ценовой стратегии предприятия?

50. Какие основные этапы включает исходная разработка стратегии ценообразования?

51. На каких основных подходах должна базироваться разработка ценовой стратегии предприятия?

52. Что включает осуществление этапов разработки ценовой политики и стратегии предприятия, в чем состоит ее реализация?

53. Какие можно привести наиболее распространенные ценовые стратегии предприятия?

54. Что представляет собой дифференцированное, конкурентное, ассортиментное ценообразование?

55. Какая необходима информация для принятия решений по стратегии ценообразования?

56. Как осуществляются взаимодействие цен и финансово-кредитной системы, взаимовлияние цен и налогов?

57. Какое влияние оказывают денежное обращение и инфляция на изменение цен?

58. Какие меры необходимо принять в целях совершенствования ценовой политики и решения сложных проблем ценообразования в нашей стране?

Перечень тестирующих вопросов к экзамену:

1. Назовите функции цен:

1. учетно-контрольная;
2. стимулирующая;
3. распределительная;
4. сбалансирования спроса и предложения.

2. Назовите основные виды цен в зависимости от области применения:

1. прогнозные;
2. сопоставимые;
3. оптовые.

3. Что включает оптовая цена предприятия?

1. себестоимость + Прибыль;
2. себестоимость + НДС;
3. снабженческо-сбытовую наценку + акциз.

4. В какие виды цен включают НДС?

1. оптовую цену предприятия;
2. оптовую (отпускную) цену;
3. розничную цену.

5. Что включает оптовая цена промышленности?

1. оптовая цена предприятия + снабженческо-сбытовая наценка;
2. оптовая цена предприятия + прибыль;
3. оптовая цена (отпускная).

6. Закупочные цены устанавливаются на:

1. оптовые цены строительных материалов;
2. на сельскохозяйственную продукцию;
3. на розничные цены.

7. Розничная цена включает:

1. оптовую цену предприятия + прибыль;
2. оптовую (отпускную) цену + торговую надбавку;
3. себестоимость + НДС.

8. В зависимости от утверждения цены подразделяются на следующие виды:

1. государственные цены и тарифы;
2. свободные цены и тарифы;
3. проектные цены.

9. Инфляция означает:

1. обесценение денежной единицы;
2. несоответствие между товарной и денежной массой.

10. Факторы, влияющие на рост цен:

1. превышение предложения над спросом;
2. отставание роста заработной платы фондовооруженности против темпов роста производительности труда;
3. снижение монопольных цен.

11. Факторы, влияющие на снижение цен:

1. превышение спроса над предложением;
2. возникновение дефицита бюджета;
3. превышение предложения над спросом.

12. Общий уровень цен находится в прямой зависимости от:

1. действия закона спроса и предложения;
2. ценовой стратегии предприятия, заключающейся в установлении цены, отвечающей интересам производителя и потребителя.

13. Сумма цен реализации служит источником:

1. финансовых ресурсов;
2. образования выручки и денежных накоплений предприятий (фирм);
3. источником первичных доходов предприятия и его работников.

14. Наибольшее влияние на уровень и структуру цен оказывают:

1. налог на прибыль;
2. НДС;

3. акцизы.

15.Какие цены являются основополагающими?

1. оптовые цены;
2. розничные цены в торговле;
3. оптовые (отпускные) цены предприятий.

16.Что является основой ценообразования?

1. закон стоимости;
2. общественно необходимые затраты труда;
3. закон спроса и предложения;
4. себестоимость;
5. прибыль.

17.Чем измеряется величина стоимости?

1. количеством труда, заключенного в продаваемом товаре;
2. индивидуальным рабочим временем;
3. фактическими затратами труда каждого товаропроизводителя.

18.Что представляет собой себестоимость?

- 1.денежное выражение затрат на производительность и реализацию продукции;
- 2.денежная материальная помощь, а так же премии, выплачиваемые за счет сред специального назначения и целевых поступлений.

19.Что необходимо учитывать при формировании цен (тарифов)?

1. размер прибыли (или уровень рентабельности);
2. спрос на данный товар;
3. величину издержек при производстве товара.

20.В какую цену включается НДС?

1. в оптовую (отпускную цену);

2. закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию;
3. отпускную цену на подакцизный товар.

21. Прибыль торговли определяется:

1. $\text{Пр.т.} = \text{Валовой доход} - \text{Издержки обращения};$
2. $\text{Пр.т.} = \text{Розничная цена} - \text{НДС}.$

22. Цена общественного питания равна:

1. $\text{Ц.о.п.} = \text{Оптовая (отпускная) цена товара} + \text{Наценка общественного питания};$
2. $\text{Ц.о.п.} = \text{Прибыль} + \text{Издержки обращения}.$

23. Что такое цена?

1. есть денежное выражение стоимости товара;
2. есть стоимость затрат труда;
3. фактор определяющий выбор покупки.

24. Внутренние факторы, определяющие колебания цен от стоимости товара:

1. специфика жизненного цикла продукции;
2. уровень рекламы;
3. наличие и уровень конкуренции на рынке.

25. Внешние факторы, влияющие на цену:

1. специфика жизненного цикла продукции;
2. объем рынка;
3. мобильность производственного процесса.

26. Виды цен по способу установления и фиксации:

1. твердая цена;

2. подвижная цена;
3. скользящая цена.

27. Каковы различия между инфляцией спроса и инфляцией издержек?

1. инфляция спроса сама себя погашает;
2. инфляция издержек продолжается до тех пор, пока денежная масса на рынке имеет чрезмерную величину;
3. оба ответа верны;
4. нет правильных ответов.

28. Если коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене больше нуля, то товары являются:

1. взаимозаменяемыми;
2. взаимодополняемыми;
3. независимыми;
4. нормальными.

29. Кривая безразличия:

1. упорядочивает наборы благ в порядке возрастания их полезности;
2. упорядочивает наборы благ в порядке убывания их полезности;
3. соединяет точки, показывающие, какое количество одного товара имеет полезность, равную полезности определенного количества другого блага.

30. Цена спроса – это:

1. минимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за данный товар;
2. максимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за данный товар;
3. максимальная цена, по которой товар реализуется на рынке;

4. цена реальных сделок.

31. Кривые безразличия – это кривые:

1. равного количества двух товаров;
2. равного уровня полезности наборов товаров;
3. равного уровня дохода потребителя;
4. равенства цены двух товаров.

32. Готовность покупать дополнительные единицы товаров только по более низким ценам лучше всего объясняет:

1. эффект замещения;
2. принцип убывающей предельной полезности;
3. эффект дохода;
4. закон предложения.

33. На какую категорию товаров падает спрос при росте доходов населения?

1. товары первой необходимости;
2. товары низшей категории;
3. предметы роскоши;
4. товары с единичной эластичностью спроса по цене.

34. Предположим, что фирма закрывается в коротком периоде. В этом случае:

1. переменные и постоянные затраты положительны;
2. постоянные затраты равны нулю, переменные затраты положительны;
3. переменные и постоянные затраты равны нулю;
4. постоянные затраты положительны, переменные равны нулю.

35. Цена предложения – это:

1. максимальная цена, по которой производители согласны предложить на рынке данное количество товара;
2. минимальная цена, по которой производитель продает на рынке свои товары;
3. максимальная цена, по которой покупатели готовы купить у продавца данный товар;
4. минимальная цена, по которой продавцы согласны предложить на рынке данное количество товара.

36. Если на рынке существует избыточный спрос (дефицит) на товар, то причиной этого является то, что:

1. цена на товар превышает равновесную цену;
2. цена на товар ниже равновесной цены;
3. товар является низкокачественным;
4. объем предложения превышает объем спроса.

37. Обычно избыток предложения:

1. оказывает повышающее давление на цену;
2. оказывает понижающее давление на цену;
3. не оказывает никакого влияния на цену;
4. стимулирует покупателей приобретать товар.

38. Равновесная цена – это:

1. цена выше той, которая создает избыточный спрос;
2. цена, при которой нет ни дефицита, ни избытка;
3. цена, установленная правительством.

39. Обычно избыток спроса:

1. оказывает повышающее давление на цену;
2. оказывает понижающее давление на цену;
3. не оказывает никакого влияния на цену;
4. стимулирует продавцов производить товар.

40. Что возникает когда уровень цен устанавливается ниже равновесной цены?

1. дефицит;
2. избыток предложения;
3. изменение предложения;
4. изменение объема предложения.

8.4. Темы курсовых работ

Курсовая работа по дисциплине «Ценообразование» не предусмотрена.

8.5. Форма проведения и содержание мероприятий промежуточной аттестации:

Вид мероприятия	Форма проведения	Структура экзаменационного задания (билета)	Использование ПК (ДА/НЕТ)
зачет	письменно	2 теоретических вопроса	нет

9. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Основная литература

1. Липсиц, И. В. Ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. - 4-е изд., испр. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 368 с. - (Серия : Бакалавр. Академический курс).
2. Ценообразование : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под ред. Т. Г. Касьяненко. - 7-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 437 с. - (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс).

Дополнительная литература

1. Липсиц, И. В. Ценообразование. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. - М. : Издательство Юрайт, 2017. — 336 с. - (Серия : Бакалавр. Академический курс).

2. Липсиц, И. В. Ценообразование : учебное пособие для прикладного бакалавриата / И. В. Липсиц. -М. : Издательство Юрайт, 2016. - 160 с. - (Серия : Бакалавр. Прикладной курс).

3. Кукота, А. В. Ценообразование в строительстве : учебное пособие для академического бакалавриата / А. В. Кукота, Н. П. Одинцова. - 2-е изд., перераб. и доп. -М. : Издательство Юрайт, 2017. - 201 с. - (Серия : Университеты России).

Интернет ресурсы

№ п/п	Интернет ресурс (адрес)	Краткое описание ресурса
1.	www.marketing.spb.ru	Публикации по вопросам маркетинга (брендинг, ценообразование, поведение потребителей, финансовый, промышленный, международный маркетинг и т.д.
2.	www.businesspress.ru	Портал электронных средств массовой информации для предпринимателей
3.	www.e-commerce.ru	Информационно-консалтинговый центр по электронному бизнесу
4.	www.rwr.ru	Сайт по теории и практике рекламы, PR, медиапланирования, маркетинга и т.д.
5.	www.manager.ru	Сайт о менеджменте, маркетинге, рекламе
6.	www.cfin.ru	Е-журнал по маркетингу «Секрет фирмы»

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

10.1. Требования к аудиториям (помещениям, кабинетам) для проведения занятий с указанием соответствующего оснащения

Учебная аудитория, оснащенная наглядными учебными пособиями, мультимедийным проектором с ноутбуками (ПК) для презентации учебного материала, с выходом в Internet.

10.2. Требования к программному обеспечению при прохождении учебной дисциплины

Программные продукты Microsoft Office (Excel, Word, PowerPoint).