НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА
Факультет экономики, управления и права

Рабочая программа учебной дисциплины

«ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»

для студентов очной, очно-заочной и заочной форм обучения
по направлению 38.03.02. «Менеджмент»
профиль «Управление малым бизнесом»
(квалификация (степень) «бакалавр»)

Авторы – составители:
д.э.н. профессор Миронова Н.Н.,
к.э.н., Музалёв С.В.

Москва - 2016

Миронова Наталья Николаевна. Музалёв Сергей Владимирович.

Ценообразование. Рабочая программа учебной дисциплины. Для студентов очной очно-заочной и заочной форм обучения по направлению 38.03.02 «Менеджмент», квалификация (степень) «бакалавр».

Рецензент: Туровский А.А. профессор кафедры государственного управления и политических технологий ФГБОУ ВПО «Государственный университет управления», д.э.н., профессор

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры экономика и управление на предприятии АНО ВО «Национальный институт бизнеса»

Протокол № 10 от 10.06.2016 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи учебной дисциплины……..…. 3
2. Требования к результатам освоения содержания учебной дисциплины……. 4
3. Объем учебной дисциплины и формы учебной работы……..……. 5
4. Тематический план……..…….…… 6
5. Содержание учебной дисциплины……..…… 7
6. Планы семинарских занятий……..……. 11
7. Методические указания студентам……..…….…… 14
8. Словарь основных терминов……..…… 20
9.Фонд оценочных средств…….… 36
10. Материально-техническое обеспечение дисциплины…….……..…… 51
11. Перечень литературы…… 52

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа учебной дисциплины «Ценообразование» составлена в соответствии с квалификационными требованиями Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования к уровню подготовки выпускника по направлению 38.03.02 «Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр»).

Рабочая программа является основным документом, определяющим общее содержание курса.

Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы в модульной структуре ООП: учебная дисциплина включена в дисциплины и курсы по выбору студента Блока 1 ООП (Б.1.В4.2).

Дисциплина «Ценообразование» непосредственно связана с дисциплинами: «Экономическая теория», «Маркетинг», «Финансы», «Налоги и налогообложение» и другими.

С внедрением в экономику рыночных отношений кардинально меняется значение цены в экономических процессах. В рыночном хозяйстве цене принадлежит ключевая роль. Устанавливаемая собственником товара – субъектом хозяйствования цена проходит проверку на рынке, где под воздействием рыночных факторов определяется ее окончательный уровень (в отличие от планово-директивной экономики, когда цены устанавливались в централизованном порядке). Возникают принципиально новые подходы в методах ценообразования. Решающая роль в формировании цены принадлежит спросу и предложению, полезности и качеству товара. Существенно ограничиваются функции государственных органов в установлении и регулировании цен. В этом и состоит актуальность курса. В процессе обучения будут рассмотрены обобщенный и накопленный за последние годы опыт ценообразования в России с учетом сложившейся зарубежной практики, сущность и предмет современного ценообразования, его принципы, функции и методы, требования, этапы принятия и реализации решений в области ценообразования. Достаточно подробно

излагаются механизмы взаимодействия цен, налогов, денежного обращения и кредита в современных условиях, рассматривается роль цены в инфляционных процессах. Отличительной чертой данной дисциплины является ее постоянное развитие, во многом обусловленное изменениями законодательной базы, регламентирующей правила и методы установления цен в современных условиях хозяйствования.

Цель изучения учебной дисциплины заключается в освоении системы современных экономических знаний в области ценообразования, методологических основ ценообразования, овладение практическими навыками разработки базовых данных при различных методах формирования цен на товары, услуги и работы.

Объект учебной дисциплины: экономическая система, как сложная, вероятностная, динамическая система, охватывающая процессы производства, обмена, распределения и потребления всех видов благ в условиях ограниченных ресурсов.

Предметом учебной дисциплины являются система цен, методология и методы ценообразования, ценовые стратегии, применяемы в России и за рубежом.

Образовательные задачи учебной дисциплины:

- изучить основные термины и понятия, используемые в ценообразовании;
- изучить важнейшие теории и законы ценообразования, вскрыть сущность различных экономических школ и взглядов при умении их критического анализа;
- проанализировать тенденции и особенности ценообразования в современных экономических системах и процессах;
- связать теоретические представления ценообразования с хозяйственной практикой;
- показать закономерности ценообразования на различных уровнях хозяйственной системы - от отдельных хозяйствующих субъектов до государства.

2.ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате усвоения данной учебной дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

общекультурными (ОК):

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

общепрофессиональными (ОПК):

владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1).

В результате освоения дисциплины студент должен

знать: важнейшие закономерности, лежащие в основе ценообразования; основные понятия ценообразования, его законы, общие и специфические черты функционирования хозяйственной системы на разных (макро- и микро) уровнях и в масштабе мировой экономики; реальную хозяйственную практику в сфере ценообразования государственных, коммерческих и некоммерческих структур;

передовой отечественный и зарубежный опыт ценообразования, государственного регулирования и контроля в сфере ценообразования.

уметь: анализировать экономическую информацию, связанную с ценообразованием в различных отраслях экономики; использовать полученные знания и навыки в практической деятельности.

владеть: навыками расчета цены на товары и услуги; научным инструментарием ценообразования; навыками прогнозирования развития хозяйственных процессов, связанных с ценообразованием, и навыками использования экономической информации в профессиональной деятельности.

Формы контроля.

Текущий контроль: оценка письменных домашних заданий, тестирование, оценка выступлений на семинарах.

Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет.

Формы и методы учебной работы: лекции, семинары, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях, письменные домашние задания, тестовые задания (промежуточные, итоговые); деловые игры, консультации преподавателей, самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к семинарским занятиям, научные выступления (доклады) по темам курса, выполнение письменных работ.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы(144 часа), из них:

- очная форма обучения: 24 часов - лекции, 24 часа - семинарские занятия, 96 часов – самостоятельная работа;
- очно-заочная форма обучения: 8 часов - лекции, 8 часов - семинарские занятия, 128 часов – самостоятельная работа;
- заочная форма обучения: 12 часов - лекции, 4 часа - семинарские занятия, 128 часов – самостоятельная работа.

4. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

(очная форма обучения -144 ч.)

№ п/п	Наименованиетем	Всего	Аудиторные занятия		Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские занятия	
1	Введение в ценообразование	8	2	-	6
2	Теоретические основы ценообразования	14	4	2*	8
3	Система цен	14	2		12
4	Подходы и методы ценообразования	18	4*	-	14
5	Формирование свободных цен в РФ	20	2	6	12
6	Ценовая политика предприятия	22	4*	6*	12
7	Ценовая политика государства	20	2	6	12
8	Ценообразование на мировых рынках в условиях глобализации и мирового хозяйства	18	2	4	12
9	Технология формирования контрактных цен на импортные и экспортные товары	10	2	-	8
	Итого часов	**144/16***	**24/8***	**24/8***	**96**

Примечание: *Знаком выделены темы, по которым проводятся активные и интерактивные формы занятий.

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

(очно-заочная форма обучения – 144 ч.)

№ п/п	Наименованиетем	Всего	Аудиторные занятия		Самостоятельнаяработа
			Лекции	Семинарскиезанятия	
1	Введение в ценообразование	8	0,5		7,5
2	Теоретические основы ценообразования	14	1		13
3	Система цен	14	0,5		13,5
4	Подходы и методы ценообразования	18	1*		17
5	Формирование свободных цен в РФ	20	1		19
6	Ценовая политика предприятия	22	1*	4*	17
7	Ценовая политика государства	20	1	4	14
8	Ценообразование на мировых рынках в условиях глобализации и мирового хозяйства	18	1		17
9	Технология формирования контрактных цен на импортные и экспортные товары	10	1		9
	Итого часов	**144**	**8/2***	**8/4***	**128**

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

(заочная форма обучения – 144 ч.)

№ п/п	Наименованиетем	Всего	Аудиторные занятия		Самостоятельнаяработа
			Лекции	Семинарскиезанятия	
1	Введение в ценообразование	8	1		7
2	Теоретические основы ценообразования	14	1		13
3	Система цен	14	1		13
4	Подходы и методы ценообразования	18	2*		16
5	Формирование свободных цен в РФ	20	1		19
6	Ценовая политика предприятия	22	2*	2*	18
7	Ценовая политика государства	20	2	2	16
8	Ценообразование на мировых рынках в условиях глобализации и мирового хозяйства	18	1		17
9	Технология формирования контрактных цен на импортные и экспортные товары	10	1		9
	Итого часов	**144**	**12/4***	**4/2***	**128**

5. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в ценообразование

Предмет курса, его цель и задачи. Роль и значение дисциплины в подготовке менеджеров - специалистов. Цели и задачи преподавания дисциплины. Структура, содержание дисциплины и ее взаимосвязь с другими учебными дисциплинами. Методология изучения дисциплины. Определения основных понятий дисциплины.

Формируемые компетенции: ОК-3.

Тема 2. Теоретические основы ценообразования

Стоимостные основы цены и переход к рыночному ценообразованию. Теория средней прибыли и цены производства как превращенной формы стоимости. Две основные теории цены: теория, где основой цены является стоимость, и теория, предполагающая, что цена - это сумма денег, которую покупатель готов заплатить за товар определенной полезности.

Ценообразование как процесс формирования цены на товар или тарифа на услугу. Системы ценообразования. Централизованная система, предполагающая формирование цен государственными органами на основе издержек производства и обращения. Рыночная система, согласно которой ценообразование складывается на основе спроса и предположения.

Стоимостная теория цены, возникающая как результат абстрактного труда, разработанная К.Марксом.

Концепция западных экономистов, исходящая из субъективной оценки

полезности затрат на товар.

Место и роль цены в рыночном хозяйстве. Ценообразование как одно из основных звеньев рыночной экономики. Роль закона стоимости в механизме ценообразования, сбалансированности спроса и предложения. Марксистская теория средней нормы прибыли и цены производства.

Отличия рыночного ценообразования от централизованного установления цен, которые заключаются в том, что реальный процесс формирования цен происходит не в сфере производства, не на предприятиях, а на рынке под воздействием спроса и предложения, а также в том, что первоначальные цены устанавливаются собственниками товаров и услуг, субъектами хозяйствования, чем преодолевается отчуждение товаропроизводителей от результатов их труда. Необходимость сочетания в период перехода к рынку рыночного механизма ценообразования и механизма государственного регулирования цен на отдельные группы товаров.

Директивное ценообразование и его противоречия. Роль договорных свободных цен как важнейший элемент согласования экономических интересов в народном хозяйстве. Условия перехода по всем товарам к свободным ценам.

Экономические функции цены и принципы ценообразования. Функции цены (учетная, стимулирующая, распределительная, функция сбалансированности спроса и предложения, функция критерия рационального размещения производства). Взаимодействие и противоречия между функциями. Принципы ценообразования (научная обоснованность, непрерывность процесса ценообразования, контроля за соблюдением цен). Виды контроля за соблюдением цен.

Формируемые компетенции: ОК-3.

Тема 3. Система цен

Виды цен и их классификация. Состав и структура цен. Виды цен, их классификация и дифференциация в зависимости от обслуживаемой ими сферы товарного обращения, включая оптовые цены на продукцию промышленности, строительства, закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию, тарифы грузового и пассажирского транспорта, розничные цены и тарифы на коммунальные и бытовые услуги населению. Цены, используемые в статистике.

Системе цен и признаки, лежащие в ее основе. Наиболее важные блоки единой системы цен. Различия в динамике цен в условиях административной и рыночной экономики. Взаимосвязь и взаимозависимость цен.

Формируемые компетенции: ОК-3.

Тема 4. Подходы и методы ценообразования: Россия и мировой опыт

Взаимодействие цены и спроса. Взаимосвязь между объемом спроса на товар и определяющими его факторами. Влияние на изменение спроса неценовых факторов (детерминант): вкусы или предпочтения потребителей, количество потребителей на рынке, их денежные доходы, цены на сопряженные товары, потребительские ожидания относительно будущих цен. Цена спроса и закон спроса.

Взаимоотношение цены и предложения. Роль предложения в установлении цены. Цена предложения, закон предложения. Неценовые факторы (детерминанты), влияющие на предложение: плата за производственные ресурсы, уровень технологии производства, цены на другие товары, налоги и дотации, количество продавцов на рынке. Влияние неценовых факторов или одного из них на смещение кривой предложения влево или вправо. Ценовая эластичность.

Основные факторы, оказывающие воздействия на цены. Влияние потребителей на установление рыночных цен. Государственное регулирование цен. Степень свободы цен от воздействия государства при их определении. Участие розничной и оптовой торговли в ценообразовании. Влияние конкуренции на уровень цен.

*Примечание: интерактивные формы и методы проведения лекции:

- лекция-беседа – форма обучения студентов, в рамках которой предполагается вовлечение слушателей в активную беседу с лектором с целью привлечь их внимание к наиболее важным вопросам изучаемой темы посредством обмена мнениями.

Формируемые компетенции: ОК-3.

Тема 5. Формирование свободных цен в Российской Федерации

Особенность ценообразования на различных типах рынка. Зависимость ценовой политики от конкурентной структуры рынка. Рынки свободной, монополистической, олигополистической конкуренции, чистой монополии. Стратегия множественных цен, выбор фирмой той или иной стратегии цен. Выявление факторов влияющих на цены.

Этапы процесса ценообразования. Выбор цели; обеспечение выживаемости фирмы как главной цели фирмы, осуществляющей свою деятельность в условиях жесткой конкуренции; использование цен проникновения. Анализ (оценка) существующего положения; выявление факторов, влияющих на цены (анализ издержек, анализ цен конкурентов, выбор метода ценообразования и установление окончательной цены); метод установления цены на уровне текущих цен.

Ценовая информация и ее роль в принятии решения по ценам. Три блока вопросов ценовой информации: 1) рынок и товар; 2) конкуренция на рынке и политика правительства; 3) производство и затраты, выручка от реализации и прибыль.

Формируемые компетенции: ОПК-1.

Тема 6. Ценовая политика предприятия

Стратегические и тактические аспекты ценовой политики предприятия (фирмы). Цена как объективная экономическая категория и ее роль в системе рыночного механизма. Ценообразование в условиях рынка. Влияние на ценообразование монополизма производителя, регулирующего воздействия государства. Роль маркетинга в ценообразование. Трехуровневый экономический анализ как условие проведения фирмой правильной ценовой политики.

Решение классической триединой проблемы как условие установления исходной цены.

Основные методы установления цен: метод полных издержек и метод прямых затрат.

Факторы, влияющие на установление цены на производимые фирмой товары. Методики определения цены (с ориентацией на издержки, с ориентацией на спрос, с ориентацией на конкуренцию).

Методы ценообразования, применяемые фирмой на рынке. Необходимость корректировки исходной цены методами: установления цен на новый товар, ценообразования в рамках товарной номенклатуры, инициативные изменения цен. Реакция на изменение цен со стороны потребителей, конкурентов, реакция фирмы на изменение цен конкурентами.

*Примечание: интерактивные формы и методы проведения лекции:

- лекция-беседа – форма обучения студентов, в рамках которой предполагается вовлечение слушателей в активную беседу с лектором с целью привлечь их внимание к наиболее важным вопросам изучаемой темы посредством обмена мнениями.

Формируемые компетенции: ОПК-1.

Тема 7. Ценовая политика государства

Необходимость регулирования экономики и цен государством. Уровни регулирования цен: на уровне макроэкономики, где субъектом регулирования выступает государство, и на уровне микроэкономики, где субъектом регулирования выступают фирмы. Взаимодействие государства и частных компаний в регулировании хозяйственной жизни. Государство и фирмы как самостоятельные субъекты регулирования. Государственный инструментарий регулирования экономических процессов: государственный бюджет, система государственных банков и государственный сектор экономики. Концепция Дж. М. Кейнса о государственном регулировании экономики. Система государственного регулирования после второй мировой войны. Регулирование экономики и цен в 50-60-е гг. XX в. с опорой на рост государственной собственности и воздействия государства на производственный цикл. Регулирование экономики и цен в 70-80-е гг. XX в. с опорой на смешанную экономику и проведение антиинфляционного налогово-бюджетного регулирования. Причины перенесения акцента на рыночные методы регулирования вместо государственного. Современные теории о соотношении государственного и рыночного регулирования. Специфика экономического регулирования в России.

Методы регулирования цен и контроля за ценами. Цели, преследуемые государственным регулированием в области цен: не допустить инфляционного роста цен, воздействовать на процессы воспроизводства, достижение определенных социальных результатов.

Методы прямого и косвенного регулирования цен. Методы регулирования ценообразования в России.

Ценообразование и инфляция. Усиление инфляционных процессов в конце XX столетия, стадии развития инфляции и динамика цен. Особенности инфляции

в экономике России. Последствия инфляционного роста цен и их влияние на развитие экономики. Направление антиинфляционной политики государства.

Формируемые компетенции: ОПК-1.

Тема 8. Ценообразование на мировых рынках в условиях глобализации мирового хозяйства

Общие положения ценообразования в промышленно-развитых странах мира. Важность изучения опыта ценообразования в зарубежных странах для понимания его закономерностей и тенденций и их использование для формирования ценообразования и ценовой политики в Российской Федерации.

Неэффективность монополизированной и рыночной экономики, необходимость организации экономики смешенного типа, ценообразование в условиях такой экономики. Прямое регулирование цен и сферы его использования. Способы дополнения методов прямого регулирования ценообразования рядом косвенных мер, направленных на установление оптимального соотношения между спросом и предложением. Осуществление контроля над ценами. Учет многообразных факторов, влияющих на ценообразование: национальных, климатических, политических и др.

Особенности ценообразования и регулирования цен в отдельных странах. Механизм и особенности ценообразования в США, Франции, Испании, Греции, Швеции, Японии, Финляндии, Швейцарии.

Формируемые компетенции: ОК-3, ОПК-1.

Тема 9. Технология формирования цен на экспортные и импортные товары

Особенности формирования и структуры контрактных цен на импортные и экспортные товары. Понятие таможенных пошлин и таможенной стоимости. Влияние валютного курса на экспортные и импортные цены, понятие и принципы формирования курсовых разниц Требования ИНКОТЕРМС-2010 при формировании цен на экспортные и импортные товары.

Формируемые компетенции: ОПК-1.

6. ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

а) для студентов очной формы обучения

Семинар 1,2. (тема № 2)*

Доклады «Место и роль цены в рыночной экономике», «Методы и отличия формирования цен в условиях плановой и рыночной экономики», «Сущность марксистской теории средней прибыли и цены производства и ее значение для современного ценообразования», «Функции цены и принципы ценообразования в рыночной экономике».

Вопросы для обсуждения:

1. Стоимостные основы цены и переход к рыночному ценообразованию. Теория средней прибыли и цены производства как превращенной формы стоимости.

2. Отличия рыночного ценообразования от централизованного установления цен.

3. Экономические функции цены.

4. Методологические вопросы ценообразования цен и их системы.

Формируемые компетенции: ОК-3.

*Примечание: занятие проводится в форме дискуссии - форма учебной работы, в рамках которой студенты высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем. Проведение дискуссий по проблемным вопросам подразумевает написание студентами эссе, тезисов или реферата по тематике, предложенной преподавателем.

Семинар 3,4,5,6,7. (тема 5)

Вопросы для обсуждения:

Доклады «Особенности ценообразования в условиях чистой, монополистической, олигополистической, конкуренции и чистой монополии», «Этапы процесса ценообразования», «Ценовая информация и ее роль в принятии решения по ценам».

1. Особенности ценообразования на различных типах рынка.
2. Этапы процесса ценообразования.
3. Ценовая информация и ее роль в принятии решения по ценам.

Формируемые компетенции: ОПК-2.

Семинар 8,9,10. (тема № 6)*

Доклады «Стратегические и тактические особенности ценовой политики предприятия (фирмы) в условиях рыночной экономики», «Методы ценообразования, присущие рыночной экономике».

Вопросы для обсуждения:

1. Стратегические и тактические аспекты ценовой политики предприятия (фирмы).
2. Методы ценообразования, применяемые фирмой на рынке.

Формируемые компетенции: ОПК-3.

*Примечание: занятие проводится в форме дискуссии- форма учебной работы, в рамках которой студенты высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем. Проведение дискуссий по проблемным вопросам подразумевает написание студентами эссе, тезисов или реферата по тематике, предложенной преподавателем.

Семинар 11,12,13 (тема № 7)

Доклады «Государственное регулирование цен», «Методы регулирования цен», «Ценообразование и инфляция».

Вопросы для обсуждения:

1. Необходимость регулирование экономики и цен государством.
2. Методы регулирования цен и контроля над ними.
3. Ценообразование и инфляция.

Формируемые компетенции: ОПК-3.

Семинар14,15,16(тема № 8)

Доклады «Общие положения ценообразования», «Особенности ценообразования в странах Западной Европы», «Анализ соотношения затрат, объема производства и прибыли (CVP – анализ)», «Методы калькуляции себестоимости».

Вопросы для обсуждения:

1. Общие положения ценообразования.
2. Особенности ценообразования и регулирования цен в отдельных странах.

Формируемые компетенции: ОПК-2.

б) для очно-заочной формы обучения:

Семинар 1,2. (тема № 6)*

Доклады «Стратегические и тактические особенности ценовой политики предприятия (фирмы) в условиях рыночной экономики», «Методы ценообразования, присущие рыночной экономике».

Вопросы для обсуждения:

1. Методы ценообразования, применяемые фирмой на рынке.
2. Стратегические и тактические аспекты ценовой политики предприятия (фирмы).

*Примечание: занятие проводится в форме дискуссии- форма учебной работы, в рамках которой студенты высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем. Проведение дискуссий по проблемным вопросам подразумевает написание студентами эссе, тезисов или реферата по тематике, предложенной преподавателем.

Формируемые компетенции: ОПК-3.

Семинар 3,4 (тема № 7)

Доклады «Государственное регулирование цен», «Методы регулирования цен», «Ценообразование и инфляция», «Общие положения ценообразования», «Особенности ценообразования в странах Западной Европы», «Анализ соотношения затрат, объема производства и прибыли (CVP – анализ)», «Методы калькуляции себестоимости»..

Вопросы для обсуждения:

1. Методы регулирования цен и контроля над ними.
2. Ценообразование и инфляция.
3. Необходимость регулирование экономики и цен государством.
4. Особенности ценообразования и регулирования цен в отдельных странах.
5. Общие положения ценообразования.

Формируемые компетенции: ОПК-3.

в) для заочной формы обучения:

Семинар1 (тема № 6)*

Доклады «Стратегические и тактические особенности ценовой политики предприятия (фирмы) в условиях рыночной экономики», «Методы ценообразования, присущие рыночной экономике».

Вопросы для обсуждения:

3. Методы ценообразования, применяемые фирмой на рынке.
4. Стратегические и тактические аспекты ценовой политики предприятия (фирмы).

*Примечание: занятие проводится в форме дискуссии- форма учебной работы, в рамках которой студенты высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем. Проведение дискуссий по проблемным вопросам подразумевает написание студентами эссе, тезисов или реферата по тематике, предложенной преподавателем.

Формируемые компетенции: ОПК-3.

Семинар 2 (тема № 7)

Доклады «Государственное регулирование цен», «Методы регулирования цен», «Ценообразование и инфляция», «Общие положения ценообразования», «Особенности ценообразования в странах Западной Европы», «Анализ соотношения затрат, объема производства и прибыли (CVP – анализ)», «Методы калькуляции себестоимости»..

Вопросы для обсуждения:

6. Методы регулирования цен и контроля над ними.
7. Ценообразование и инфляция.
8. Необходимость регулирование экономики и цен государством.
9. Особенности ценообразования и регулирования цен в отдельных странах.
10. Общие положения ценообразования.

Формируемые компетенции: ОПК-3.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ СТУДЕНТАМ

Методические указания студентам по учебной дисциплине «Ценообразование» составлены в соответствии с квалификационными требованиями Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования к уровню подготовки выпускника по направлению 38.03.02 «Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр»).

Самостоятельная работа, являясь основным видом обучения, предполагает изучение рекомендованных литературных источников, справочных материалов (основной и дополнительной литературы) в интересах доработки лекций и подготовки к семинарским и практическим занятиям.

Доработку лекции целесообразно осуществлять в течение 2-3-х дней после её проведения. Для этого необходимо прочитать сделанные записи, подчеркнуть (выделить) вопросы, заголовки и основные положения лекции, тщательно изучить ключевые слова и понятия данной темы занятия. В случае необходимости следует

более подробно самостоятельно рассмотреть вопросы лекции, дополнив материалом из других источников. При этом следует учесть, что конспект лекции должен максимально полно раскрывать содержание изучаемой темы.

К семинарскому и практическому занятию следует готовиться заранее. Для этого необходимо детально изучить план семинарского занятия, подобрать соответствующую литературу. Желательно по каждому вопросу семинарского занятия сделать небольшой конспект, отразив в нем ключевые моменты. В случае выбора доклада, рекомендованного на семинаре ,целесообразно поставить об этом в известность преподавателя и проконсультироваться у него по поводу структуры и содержания доклада. Кроме выступления на семинаре, студент должен быть готов к рецензированию докладов, сделанных товарищами, внесению дополнений к имеющимся выступлениям, а также к решению тестов и ситуационных (расчётных) задач.

В ходе подготовки к семинарскому и практическому занятию студент должен повторить лекционный материал по данной теме, изучить рекомендованную основную и дополнительную литературу. В целях более полного усвоения учебного материала следует также изучить основные термины и вопросы для самоконтроля по данной теме. Подготовка к семинару или практическому занятию должна обеспечивать активное участие каждого студента в обсуждении всех вопросов, вынесенных для рассмотрения на каждом занятии.

С целью более эффективного усвоения учебного материала студенты в процессе самостоятельной работы должны использовать словарь основных терминов курса и вопросы, предназначенные для самоконтроля, а также подготовиться к решению тестов и заданий, предназначенных для проведения семинаров и практических занятий.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

а) при чтении лекций

Тема 1. Введение в ценообразование.

Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

При изучении данной темы студенты должны разобраться с основными понятиями, используемыми при изучении данной учебной дисциплины. Следует изучить сущность категорий «цена» и «ценообразование». Более подробно следует рассмотреть структуру, содержание, цели и задачи дисциплины. Далее необходимо определить место ценообразования в современной системе менеджмента. Также следует уделить внимание анализу современных взглядов ученых на развитие ценообразования.

Ключевые слова: цена, ценообразование, методология, менеджмент, финансовый менеджмент.

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 2. Повторить вопрос: понятие спроса и предположения (учебная дисциплина «Экономика»). Быть готовым к обсуждению этого вопроса в ходе лекции.

Тема 2. **Теоретические основы ценообразования.**

Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

Рассмотрение данной темы необходимо начать с изучения сущности перехода к рыночному ценообразованию. Особое внимание следует уделить рассмотрению понятий, характеризующих теории цены. Рассмотрите место и роль цены в рыночном хозяйстве. Изучите концепции западных экономистов разработанные в системе ценообразования.

Ключевые слова: рыночное ценообразование, централизованное установление, директивное стоимостная теория цены, издержки производства и обращения, формы стоимости.

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 3. Повторить вопрос: Цены, используемые в статистике (учебная дисциплина «Статистика»). Быть готовым к обсуждению этого вопроса в ходе лекции.

Тема 3. Система цен.

Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

При рассмотрении данной темы следует обратить внимание на изучение видов цен и их классификацию. Также необходимо уяснить основные отличия между административной и рыночной экономикой. Кроме того, следует остановиться на анализе взаимозависимость цен. Также следует изучить дифференциацию цен в зависимости от обслуживаемой ими сферы товарного обращения.

Ключевые слова: состав цен, структура цен, взаимосвязь цен.

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 4. Повторить вопрос: роль предложения в установлении цены (учебная дисциплина «Экономика»). Быть готовым к обсуждению этого вопроса в ходе лекции.

Тема 4. Подходы и методы ценообразования: Россия и мировой опыт.

Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

Изучение данной темы необходимо начать с уяснения сущности взаимодействия цены, спроса и предложения. Далее следует изучить, что влияние на изменение спроса неценовых факторов. Также следует остановиться на изучении закона спроса и предложения. Кроме того, нужно уделить внимание изучению факторов, оказывающих воздействие на цены, рассмотреть принципы государственного регулирования цен.

Ключевые слова: спрос, предложение, детерминанты, ценовая эластичность.

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к семинару.
4. Подготовиться к работе на лекции по теме 5. Повторить вопрос: понятие и сущность конкуренции на рынке (учебная дисциплина «Экономика»). Быть готовым к обсуждению этого вопроса в ходе лекции.

Тема 5. Формирование свободных цен в Российской Федерации.

Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

Главное внимание при изучении данной темы следует сосредоточить на особенность ценообразования на различных типах рынка. Кроме того, необходимо подробно изучить рынки свободной, монополистической, олигополистической конкуренции и понятие чистой монополии. Необходимо также остановиться на изучении ценовой информации и ее роли в принятии решения по ценам.

Ключевые слова: стратегия множественных цен, методы установления цены, процесс ценообразования.

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 6. Повторить вопрос: Роль маркетинга в ценообразование (учебная дисциплина «Маркетинг»). Быть готовым к обсуждению этого вопроса в ходе лекции.

Тема 6. Ценовая политика предприятия.

Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

В процессе изучения данной темы важно разобраться, что представляет собой процесс ценообразования в условиях рынка. Также следует изучить факторы, влияющие на установление цены на производимые фирмой товары. Рассмотрите основные методы установления цен. Изучите реакцию на изменение цен со стороны потребителей, конкурентов; реакцию фирмы на изменение цен конкурентами.

Ключевые слова: метод полных издержек, метод прямых затрат, установление цен на новый товар, ценообразование в рамках товарной номенклатуры, инициативные изменения цен.

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 7. Повторить вопрос: Концепция Дж. М. Кейнса о государственном регулировании экономики (учебная дисциплина «Экономика»). Быть готовым к обсуждению этих вопросов в ходе лекции.

Тема 7. Ценовая политика государства.

Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

Рассмотрение данной темы необходимо начать с изучения необходимости регулирования экономики и цен государством. Изучите основные методы регулирования цен и контроля за ценами. Кратко методы регулирования ценообразования в России. При этом следует обратить внимание на изучение особенностей инфляции в экономике России и на ценообразование в условиях инфляции.

Ключевые слова: государственное регулирование, прямое и косвенное регулирование цен, ценообразование и инфляция.

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 8. Повторить вопрос: Особенности ценообразования в РФ (учебная дисциплина «Ценообразование», Лекция №7). Быть готовым к обсуждению этого вопроса в ходе лекции.

Тема 8. Ценообразование на мировых рынках в условиях глобализации мирового хозяйства.

Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

При изучении данной темы в первую очередь необходимо рассмотреть общие положения ценообразования в промышленно-развитых странах мира. Изучить причины неэффективности монополизированной и рыночной экономики. Сформулируйте особенности ценообразования и регулирования цен в отдельных странах.

Ключевые слова: монополизированная и рыночная экономика, прямое регулирование цен, контроль над ценами.

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к семинару.
4. Подготовиться к работе на лекции по теме 9. Повторить вопрос: понятие и сущность валютного курса (учебная дисциплина «Экономика»). Быть готовым к обсуждению этого вопроса в ходе лекции.

Тема 9. Технология формирования цен на экспортные и импортные товары.

Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

Ознакомление с данной темой следует начать с рассмотрения особенностей формирования и структуры контрактных цен на импортные и экспортные товары. Изучите понятие таможенных пошлин и таможенной стоимости. Рассмотрите влияние валютного курса на экспортные и импортные цены, а также понятие и принципы формирования курсовых разниц. Изучите требования ИНКОТЕРМС-2010 при формировании цен на экспортные и импортные товары.

Ключевые слова: таможенные пошлины, таможенная стоимость, курсовые разницы, ИНКОТЕРМС-2010.

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к сдаче зачёта по изученной дисциплине.

б)при подготовке к семинарским и практическим занятиям

В случае подготовки доклада по теме семинара студенту необходимо проинформировать об этом преподавателя, группу и при необходимости проконсультироваться у преподавателя.

Тема 2. Теоретические основы ценообразования.

(для студентов очной формы обучения)

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить вопросы № 1-3 семинара.
2. Ответить на вопросы тестов по теме семинара.
3. Решить практическую задачу №1.

Основная литература: 1,3.

Дополнительная литература: 2,4.

Тема 3. Система цен.

(для студентов очной формы обучения)

Задание для самостоятельной работы:

1.Подготовить доклады по теме №1,2.

1. Изучить вопрос № 4 семинара.
2. Ответить на вопросы тестов по теме семинара.
2. Решить практическую задачу №2.

Основная литература: 1,2.

Дополнительная литература: 3,4.

Тема 4. Подходы и методы ценообразования.

(для студентов очной формы обучения)

Задание для самостоятельной работы:

1.Подготовить доклады по теме №4, 10.

1. Изучить вопросы № 1-3 семинара.
2. Ответить на вопросы тестов по теме семинара.
2. Решить практические задачи №3,4.

Основная литература: 1,3.

Дополнительная литература: 1,2,4.

Тема 5. Формирование свободных цен в РФ.

(для студентов очной формы обучения)

Задание для самостоятельной работы:

1.Подготовить доклады по теме №27, 30.

1. Изучить вопросы № 1-3 семинара.
2. Ответить на вопросы тестов по теме семинара.
2. Решить практические задачи №5-7.

Основная литература: 3.
Дополнительная литература: 4,5.

Тема 6. Ценовая политика предприятия.
(для студентов очной, очно-заочной и заочной форм обучения)
Задание для самостоятельной работы:
1.Подготовить доклады по теме №13, 20
1. Изучить вопросы № 1,2 семинара.
2. Ответить на вопросы тестов по теме семинара.
2. Решить практические задачи №10, 11, 16.
Основная литература: 2,3.
Дополнительная литература: 1,2.

Тема 7. Ценовая политика государства.
(для студентов очной, очно-заочной и очной форм обучения)
Задание для самостоятельной работы:
1.Подготовить доклады по теме №3,6.
2. Изучить вопросы № 1-3 семинара.
3. Ответить на вопросы тестов по теме семинара.
2. Решить практические задачи №13, 14.
Основная литература: 1,3.
Дополнительная литература: 2,4.

Тема 8. Ценообразование на мировых рынках в условиях глобализации мирового хозяйства.
(для студентов очной формы обучения)
Задание для самостоятельной работы:
1.Подготовить доклады по теме №26, 29.
1. Изучить вопросы № 1-4 семинара.
2. Ответить на вопросы тестов по теме семинара.
2. Решить практические задачи №12, 15, 17.
Основная литература: 3.
Дополнительная литература: 4,5.

8. СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ТЕРМИНОВ

А

Активное ценообразование - установление цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и целевого уровня прибыльности.

Акциз - косвенный налог, включенный в цену товара и взимаемый с потребителя и устанавливаемый в процентах или абсолютной сумме на единицу измерения.

Акция - эмиссионная ценная бумага, закрепляющая права владельца (акционера) на получение части прибыли акционерного общества в виде дивидендов, на участие в управлении акционерным обществом и на часть

имущества, оставшегося после ликвидации.

Амортизация - перенесение по частям стоимости основных фондов на выпускаемую продукцию с целью накопления денежных средств для восстановления изношенной части основных фондов.

Б

Базисная цена - цена товара, определенного качества, размера, химического состава, являющаяся исходным пунктом цен. Широко используется во внешнеторговой сфере.

Базисный сорт - сорт товара, рассматриваемый в контракте в качестве стандартного.

Биржа валютная - организационно оформленный и систематически действующий рынок, осуществляющий операции по обмену иностранной валюты.

Биржа товарная - рынок оптовой торговли товарами массового производства, которые соответствуют установленным образцам и стандартам, где цены устанавливаются в зависимости от реального спроса и предложения.

Биржа труда - организация, осуществляющая посредничество между работниками и предпринимателями при совершении купли-продажи рабочей силы.

Биржа фондовая - постоянно действующий и управляемый рынок, на котором продаются и покупаются ценные бумаги.

Биржа фьючерсная - форма организации товарных бирж, где торговля ведется фьючерсными контрактами.

Биржевая котировка - курсы ценных бумаг или цены товаров биржевой торговли, регистрируемые и публикуемые котировальной комиссией соответствующей биржи.

Биржевая цена - цена товаров, реализуемых в порядке биржевой торговли. Сведения о биржевых ценах приводятся в систематических публикациях, бюллетенях бирж, сообщаются в периодических (ежедневных, ежечасных) котировках. Примером биржевой цены может служить котировка Лондонской биржи металлов.

В

Валюта цены (валюта сделки, валюта контракта) - денежная единица, в которой выражена цена товара во внешнеторговом контракте. Валютой цены может быть валюта экспортера или кредитора, валюта импортера или заемщика, а также валюта третьих стран.

Валютный курс - цена денежной единицы одной страны, выраженная в денежной единице другой страны или соотношение обмена денежных единиц различных стран. Определяется покупательной способностью валюты, другими политическими и экономическими факторами (состояние платежного баланса, инфляция).

Величина спроса - количество конкретной продукции, объем которой может быть приобретен покупателем по установленной или договорной цене.

Выручка от реализации продукции - сумма денежных средств, полученных организацией за произведенную продукцию, выполненные работы, оказанные услуги.

Г

Государственное воздействие косвенное (экономическое регулирование) - это вмешательство государства в ценообразование, которое обеспечивается применением совокупности способов и средств, способствующих расширению предложения товаров на рынке, увеличению рыночного спроса, управлению доходами населения, регулированию налогов на продукцию.

Государственное воздействие прямое (административное регулирование) - участие государства в формировании уровней, структуры и движения цен, установлении определенных правил ценообразования.

Государственное регулирование рынка и цен - совокупность мер, принимаемых правительством в процессе участия в системе товарно-денежных отношений: закупка и продажа продукции и услуг.

Д

Девальвация - обесцениванию национальной валюты в результате увеличения объемов денежной массы национальной валюты, находящейся в обращении и осуществляемое за счет эмиссии центрального банка.

Денежная интервенция - выбрасывание в обращение дополнительных объемов денежной массы (национальной или иностранной валюты).

Денежная масса - объем выпущенных в обращение металлических и бумажных денег (казначейских и банковских билетов).

Денежная система - форма организации денежного обращения, сложившаяся исторически в каждой стране и закрепленная национальным законодательством. Включает: денежную единицу, масштаб цен, виды денег, порядок эмиссии денег и их обращения, государственный аппарат, осуществляющий регулирование денежного обращения.

Денежные реформы - преобразования денежной системы, проводимые государством с целью упорядочения денежного обращения.

Денежные средства - свободная денежная наличность на расчетном, других счетах и в кассе организации.

Деньги - товар, используемый в качестве всеобщего эквивалента, посредством которого выражается стоимость всех других товаров. Деньги выполняют функции средства обмена, платежей, измерения стоимости, накопления богатства, мировых денег.

Диверсификация - одновременное развитие не исключающих друг друга видов производств, расширение номенклатуры и ассортимента производимой продукции в рамках одной организации.

Договорная цена - цена, устанавливаемая по договоренности между производителем (продавцом) и потребителем (покупателем) продукции.

З

Закон денежного обращения - экономический закон, определяющий количество денег, необходимый в каждый конкретный момент времени для обеспечения товарного обращения.

Закон предложения - повышение цен обычно ведет к росту величины предложения, а снижение цен - к ее уменьшению (прямая зависимость).

Закон спроса - повышение цен обычно ведет к уменьшению величины спроса, а снижение цен - к ее увеличению (обратная зависимость).

Закон стоимости - основной закон товарного производства. Он выражает взаимосвязи между общественным трудом, стоимостью и ценами товаров. В соответствии с законом производство и обмен товаров совершаются на основе их стоимости, величина которой определяется общественно-необходимыми затратами труда.

Закон убывающей предельной полезности - экономический закон, сущность которого заключается в том, что по мере того как потребитель увеличивает потребление товара или услуги, предельная полезность каждой дополнительной единицы товара или услуги сокращается.

Законодательство антимонопольное - система мер, направленных на разрушение монополистических структур, на борьбу с монополизмом. Законодательство определяет понятие монополии, формы ее проявления и устанавливает санкции за злоупотребление господствующим положением на рынке. Одна из задач антимонопольного законодательства - недопущение объединения различных компаний, если в результате возникают преграды для развития конкуренции.

Заработная плата - экономические отношения по поводу присвоения части стоимости общественного продукта непосредственно участникам воспроизводственного процесса; цена (вознаграждение), выплачиваемая за использование труда. Различают номинальную и реальную заработную плату. Размер реальной заработной платы отражает фактическую покупательную способность номинальной заработной платы.

Затратное ценообразование - ценообразование, принимающий в качестве отправной точки фактические затраты предприятия на производство и сбыт товаров.

И

Издержки - денежное выражение затрат производственных факторов, необходимых для осуществления организацией своей деятельности.

Издержки обращения - денежное выражение затрат торговых организаций, связанных с доведением товаров до потребителя; совокупность затрат на сбыт товаров.

Издержки производства - совокупность затрат труда на производство продукта.

Излишек покупателя (потребителя) - разность между максимальной суммой денег, которую покупатель согласен заплатить за купленное количество товара и суммой денег, которую он фактически заплатил за товар. Можно также сказать, что излишек покупателя - это выраженные в деньгах потери покупателя от отсутствия данного товара на рынке. Концепция потребительского излишка необходима для определения выгоды, получаемой потребителями от приобретения благ. Графически излишек покупателя представляет фигуру, ограниченную линией спроса, линией цены и осью У. Существует также концепция излишка продавца. Графически он представляет фигуру, ограниченную линией предложения, линией цены и осью У.

Инвестиции - долгосрочные вложения средств как внутри страны, так и за рубежом в целях создания новых и модернизации действующих организаций, освоения новейших технологий и техники, увеличения производства и получения прибыли.

Индекс Доу-Джонса (индекс биржевых цен) - среднее значение курсов акций группы крупнейших компании США; рассчитывается как средняя арифметическая ежедневных котировок определенной группы компаний на момент закрытия биржи.

Индекс потребительских цен - выражает динамику стоимости «корзины» потребительских товаров и услуг (продовольственных товаров, жилья, промышленных товаров массового потребления). Данный индекс выступает главным показателем, оценивающим уровень инфляционных процессов в стране; рассчитывается ежемесячно.

Индекс розничных цен - показатель динамики уровня цен на розничном рынке, определяемый ежемесячно. Цены на предметы роскоши, как правило, не учитываются.

Индекс цен - показатель, характеризующий динамику изменения среднего уровня цен во времени или в территориально-региональном аспекте.

Инфляция - процесс повышения общего уровня цен в стране; нарушение действия закона денежного обращения и проявляется в явном или скрытом росте цен.

К

Калькуляция - метод бухгалтерского учета, определенный порядок расчета себестоимости единицы продукции, работ, услуг по установленным статьям расходов в денежном выражении.

Капитализация - процесс перехода от прокатных цен (цены, которые формируют текущий доход владельца земли) к капитальным ценам (цены, по которым происходит купля-продажа земли).

Капитальные вложения - затраты материальных, трудовых и денежных ресурсов, направленные на восстановление и прирост основных фондов.

Квазиденьги - денежные средства в безналичной форме, находящиеся на срочных и сберегательных вкладах в коммерческих банках.

Квота - доля в общем производстве или сбыте, устанавливаемая в рамках соглашения для каждого участника. Импортная квота является одним из способов ведения количественных ограничений импорта в протекционистских целях.

Конкурентоспособность - способность осуществлять свою деятельность в условиях рыночных отношений и получать при этом прибыль, достаточную для научно-технического совершенствования производства, стимулирования работников и поддержания продукции на высоком качественном уровне.

Конкурентоспособность товара - совокупность потребительских свойств данного товара, характеризующая его отличие от товара конкурента по степени соответствия конкретным общественным потребностям, с учетом затрат на их удовлетворение.

Конкуренция - борьба между товаропроизводителями за более выгодные условия производства и сбыта товаров, за получение наи-больше прибыли.

Концентрация - сосредоточение производства на крупных предприятиях в рамках каждой отрасли и в более широких границах, включающих производственные предприятия других отраслей.

Конъюнктура - совокупность условий, социальная обстановка, положение, сложившиеся в определенный момент в области деловых отношений.

Конъюнктура рынка - складывающиеся в определенный период времени и в конкретном месте социально-экономические, торговоорганизационные и другие условия реализации товаров. Основная характеристика - соотношение спроса и предложения.

Косвенные затраты - расходы, прямо не относящиеся к выпуску определенного вида продукции.

Косвенный налог - налог на товары и услуги, который устанавливается в виде надбавки к цене или тарифу.

Котировка цен - установление рыночных курсов (рыночных цен) иностранных валют, ценных бумаг или цен товаров на биржах. Курс валют, ценных бумаг, товаров зависит от соотношения спроса и предложения и многих других факторов (от размеров дивидендов, конъюнктуры рынка). Котировку осуществляют уполномоченные государственные учреждения, специальные органы на валютных, фондовых и товарных биржах, крупные компании и банки - на неорганизованном рынке.

Кредит - экономические отношения, обусловленные формированием и использованием временно свободных денежных средств. Принципы кредитования: возвратность, срочность, обеспеченность и платность. Функции: перераспределение средств в хозяйственном обороте, замещение наличных денег, стимулирование производства и экономический контроль. Цена пользования кредитом - ссудный процент (процентная ставка), который зависит от спроса на кредитные ресурса, от кредитной политики государства и других условий.

Кумулятивные скидки за объем закупок - мера снижения стандартной продажной цены, которая гарантируется покупателю, если он приобретет за определенный период времени объем товара свыше договорного предела, и распространяется на объем товара сверх этого предела.

Курс акций - фактическая, в отличие от номинальной, стоимость акций на рынке ценных бумаг (фондовой бирже). Этот курс прямо пропорционален норме доходности (приносимому дивиденду) и обратно пропорционален существующему уровню ссудного процента. Рыночный курс формируется под влиянием соотношения спроса и предложения акций, политических факторов, прогнозов перспектив развития экономики и т.д. Определение курса (котировка) осуществляется на фондовой бирже.

Курс облигаций - цена, по которой продаются и покупаются облигации государственных займов. При выпуске государственного займа устанавливается номинальная цена облигации, удостоверяющая, что облигация представляет определенный капитал, временно используемый государством. Эта сумма включается в государственный долг и выплачивается держателями облигаций при погашении. Рыночной является цена, по которой продаются и покупаются облигации на рынке ссудных капиталов.

Курс ценных бумаг - цена, по которой продаются и покупаются ценные бумаги. Представляет капитализированный доход; равняется сумме денег, которая при предоставлении ее в кредит приносит в виде процента доход.

Л

Либерализация - процесс расширения перечня товаров, цены на которые формируются на свободном рынке, т.е. на эти цены не осуществляется прямое государственное воздействие.

М

Маржинальная прибыль удельная - разница между продажной ценой единицы товара и удельными переменными затратами.

Маржинальная прибыль совокупная - разница между выручкой от продажи товаров и переменными затратами на их производство; маржинальная прибыль на весь объем продаж.

Методика ценообразования - составной элемент методологии ценообразования; объединяет ряд методов формирования цен; различается для разных уровней управления, для различных видов продукции; имеет свои особенности.

Методология ценообразования - это совокупность общих правил, принципов и методов: разработки концепции ценообразования, определения и обоснования цен, формирования системы цен и управления ценообразованием.

Механизм цен - формирование и изменение рыночных цен под влиянием столкновения интересов покупателей и продавцов, принимающих свои решения без принуждения извне.

Модель установления цены - схема расчета цены на тот или иной товар (услугу); часто представлена в виде компьютерной программы или электронной таблицы, включающих ставки распределения издержке и формулы расчета элементов цены. Это позволяет пользователям принимать решения о ценах на основе информации об издержках и о спросе потребителей.

Н

Надбавка к цене - доплата к оптовой или розничной цене сверх предусмотренной прейскурантом основной цены; устанавливается в зависимости от особых требований покупателя, в частности при выполнении специального, индивидуального заказа, за повышенное качество товара, за степень заводской готовности, отделку изделий, за предоставление дополнительных услуг, поощрительные надбавки.

Накладные расходы - расходы на хозяйственное обслуживание производства и управления организацией, являющиеся дополнительными к основным затратам и наряду с ними включаемые в издержки производства.

Налог - обязательный платеж, поступающий в бюджет от физических и юридических лиц; это принудительный сбор, платеж, взимаемый государством с имущества и доходов хозяйствующих субъектов, физических лиц для покрытия государственных расходов, решения задач социально-экономической политики.

Налог на добавленную стоимость - форма изъятия в бюджет части вновь созданной стоимости, реализуемой в цене товара, услуги, работы.

Налог на прибыль (доход) предприятий - это форма платежа, взимаемая с

доходов или имущества юридических лиц, характеризующаяся обязательностью, регламентацией размера и сроками внесения.

Налоги косвенные - налоги на товары и услуги, оплачиваемые в цене товара или включенные в тариф.

Налоги прямые - обязательные налоги, которые взимаются государством непосредственно с доходов и имущества физических и юридических лиц. Например, подоходный налог, налог на прибыль фирмы.

Налоговая система - совокупность налогов, взимаемых в государстве.

Налогообложение - определенный законодательством страны механизм изъятия части доходов граждан и фирм в пользу государства для оплаты расходов федеральных и местных органов власти.

Нейтральная стратегия ценообразования - установление цен, исходя из того соотношения «цена - ценность», которая соответствует большинству других продаваемых на рынке аналогичных товаров.

Нормативная стоимость земли - стоимость участка определенного качества и местоположения, исходя из потенциального дохода за расчетный срок окупаемости.

О

Обесценение денег - падение покупательской способности денег по отношению к товарам (внутреннее обесценение) или снижение их валютного курса (внешнее обесценение). Возникает в связи с повышением розничных и оптовых цен и понижением курса национальной валюты по отношению к иностранной.

Облигация - ценная бумага, удостоверяющая право ее держателя на получение от лица, выпустившего облигацию, в предусмотренный срок, ее номинальной стоимости или иного имущественного эквивалента.

Оборотные средства - совокупность денежных средств организации, авансируемых для создания оборотных производственных фондов и фондов обращения, обеспечивающих непрерывный кругооборот денежных средств. Это та часть производственных фондов, которая полностью потребляется в каждом производственном цикле и переносит всю свою стоимость на вновь созданную продукцию.

Объем спроса - это то количество товара (услуг), которое покупатель готов приобрести при данных условиях в течение определенного промежутка времени.

Основные фонды - это часть производственных фондов, которая вещественно воплощена в средствах труда, сохраняет в течение длительного времени свою натуральную форму, переносит по частям стоимость на продукцию и возмещается только после проведения нескольких производственных циклов.

Отсроченная скидка - скидка, предоставляемая поставщиком товаров или услуг своим клиентам при условии, что они и в будущем станут покупать услуги и товары у этого поставщика. Скидка предоставляется периодически, по мере того как поставщик убеждается в постоянстве своих клиентов.

П

Паритетные цены - цены, используемые государственными органами

США для регулирования соотношений между сельскохозяйственной продукцией и иными товарами (услугами).

Пассивное ценообразование - установление цен строго на основе затратного метода или только под влиянием ценовых решений конкурентов.

Покупательская способность денег - способность денежной единицы обмениваться на определенное количество товаров и услуг, выражает наполненность денежной единицы в обороте массы товаров и услуг при данном уровне цен и тарифов. Исчисляется в виде индекса, обратного индексу цен.

Политика кредитной рестрикции - проводится с целью сокращения общего объема денежных сумм, находящихся в обращении; направлена на сокращение объемов выдаваемых кредитов.

Политика фиксированных цен - продажа товаров согласно утвержденному руководством фирмы сборнику цен (прейскуранту).

Политика цен - система стандартных правил определения цен для типовых сделок продажи товаров фирмы.

Прейскурант - сборник цен на продукцию, утвержденный руководством фирмы.

Премиальная цена - цена, превышающая среднюю рыночную на величину премии за репутацию.

Прибыль - экономические отношения, связанные с формированием средств, направленных на расширенное воспроизводство; обобщающий показатель финансовых результатов хозяйственной деятельности, определяется как разница между выручкой от реализации в действующих ценах без НДС и акцизов и затратами на производство и реализацию продукции.

Прямой налог - налог, взимаемый государством непосредственно с доходов или имущества налогоплательщика.

Р

Резервный фонд - фонд, предназначенный для покрытия непредвиденных потерь, вызванных, стихийными бедствиями, балансовыми убытками и т.д.

Ревальвация - повышению цены национальной валюты в результате увеличение объемов денежной массы иностранной валюты, осуществляемое центральным банком за счет имеющихся у него валютных резервов или за счет займов у других государств.

Рентабельность - конечный результат хозяйственной деятельности за определенный период, выражаемый величиной прибыли. Различают абсолютную и относительную рентабельность. Абсолютная величина рентабельности - масса получаемой прибыли. Относительная величина определяется показателями нормы (уровня) рентабельности: отношением прибыли к производственным фондам; отношением прибыли к себестоимости продукции. Уровень рентабельности выражается в процентах.

Розница - товар, продаваемый или покупаемый поштучно или в небольших количествах.

Рынок покупателя - ситуация на рынке, когда предложение производителей и продавцов товара превышает спрос на него.

Рынок труда - совокупность социально-экономических отношений,

возникающих в связи с формированием, обменом и использованием специфического товара рабочей силы - ресурса труда.

Рыночная стоимость земельного участка - наиболее вероятная цена продажи участка на конкурентном открытом рынке при осознанных и рациональных действиях в своих интересах покупателя и продавца, которые хорошо информированы и не используют давления чрезвычайных обстоятельств.

Рыночная стоимость объекта недвижимости - наиболее вероятная цена, по которой данный объект может быть отчужден на открытом рынке в условиях конкуренции.

С

Себестоимость - экономические отношения по поводу формирования средств, используемых на простое воспроизводство; текущие затраты организации на производство и реализацию продукции, выраженные в денежной форме.

Система цен - совокупность действующих в экономике цен, на динамику которой оказывают влияние многие рыночные факторы.

Скидка ценовая - метод стимулирования торговли, суть которого состоит в предоставлении производителем возможности оптовым и розничным торговцам, другим клиентам купить товары по более низким ценам, чем прейскурантные. Примеры скидок: скидка за платеж наличными, скидка за количество закупаемого товара, сезонная скидка, бонусная скидка, дилерская скидка.

Спрос - это желание и возможность потребителя купить товар или услугу в определенное время и в определенном месте.

Ставка налоговая - абсолютная или относительная величина, характеризующая меру участия предприятий и населения своими доходами в формировании государственного бюджета.

Стоимость - денежная сумма, которая уплачена при покупке или может быть получена при продаже определенного объема товаров и услуг.

Структура цены - удельный вес отдельных элементов в составе цены, выраженный в процентах или долях единицы.

Т

Тактика ценообразования - набор конкретных практических мер по управлению ценами на продукцию фирмы, которые используются для решения поставленных перед ценообразованием задач.

Таможенная пошлина - денежный сбор, взимаемый государством через сеть таможенных учреждений с товаров при пересечении ими границ страны. Различают вывозные, ввозные и транзитные пошлины. Размер таможенной пошлины определяется тарифом, который содержит списки товаров, облагаемых таможенной пошлиной. Методы определения таможенной стоимости товара: по цене сделки с ввозимыми товарами; по цене сделки с идентичными товарами; по цене сделки с однородными товарами; на основе вычитания стоимости; на основе сложения стоимости; резервный метод.

Таможенная пошлина импортная - это пошлина, взимаемая с импортируемых в данную страну товаров и транспортных средств. Различают особые виды таможенных пошлин, применяемых к ввозимым товарам:

антидемпинговую, специальную и компенсационную.

Таможенная пошлина сезонная - применяется в целях оперативного регулирования ввоза и вывоза отдельных товаров; срок их действия не может превышать 6 месяцев.

Таможенная пошлина экспортная - это пошлина, взимаемая с ввозимых через границу данной страны товаров и транспортных средств.

Тарифы - цена за услуги (любые нематериальные виды деятельности); система ставок, по которым взимается плата за услуги. Распространены тарифы: транспортные, связи, коммунальные, таможенные.

Тарифы грузового и пассажирского транспорта - плата за перемещение грузов и пассажиров, взимаемая транспортными организациями с отправителей грузов и населения. Затраты грузового транспорта распределяются по 2 ставкам: ставка за начально-конечные операции (погрузка и выгрузка) и ставки за перевозочную операцию (транспортировка грузов).

Твердая контрактная цена - зафиксированная на конкретном уровне и привязанная к определенному сроку, указанному в контракте, цена.

Тендер - особая форма выдачи заказов на поставку товаров или подрядов на выполнение определенных работ, которая предполагает привлечение предложений от нескольких поставщиков или подрядчиков с целью обеспечения наиболее выгодных коммерческих и других условий сделки для организаторов торгов.

Торговая надбавка (наценка) - сумма, на которую продавец может увеличить цену товара по сравнению со стоимостью этого для него самого.

У

Убыточный лидер продаж - товар, продаваемый фирмой с минимальной прибылью или даже без нее ради привлечения покупателей к покупке других товаров.

Управляемая цена - это цена, которая устанавливается отдельными производителями (продавцами) или группой производителей (продавцов). Цена имеет место, если производители (продавцы) обладают определенной властью при установлении цены. Подобной властью обладают монополисты, олигополисты и монополистические конкуренты. Производители (продавцы) могут объединится, чтобы управлять ценой продукта, создавая картель или заключая соглашение об уровне цены.

Управляемое ценообразование - положение, при котором цены на отдельные товары и услуги определяются правительственными органами, официальными или неофициальными картелями поставщиков, а также торговыми ассоциациями, но не рыночными факторами.

Уровень цены - цена, по которой продается тот или иной товар.

Ф

Финансы - экономические отношения, связанные с формированием фондов денежных средств и их движением. Финансы опосредуют расширенное воспроизводство.

Фонд накопления - сумма денежных средств из прибыли, направляемая на приобретение основных фондов производственного и непроизводственного

назначения и осуществление других капитальных вложений, которые не носят безвозвратный характер, а трансформируются в эквивалентную стоимость другого имущества.

Фонд потребления - сумма денежных средств из прибыли, направляемая на финансирование социальных нужд и материальное стимулирование работников: выплаты премий, несвязанных с производственными показателями, оказание материальной помощи, оплата путевок и т. д.

Франко - условия продажи, согласно которым продавец оплачивает расходы, связанные с транспортировкой, страхованием и риском, а также несет таможенные расходы. Виды франко: франко-завод поставщика, франко - вагон (судно) станции (порта) отправления, франко-граница, франко-склад, франко-грузовик, франко-скважина, франко-стройплощадка и др.

Фрахт - плата владельцу транспортных средств за перевозку грузов или пассажиров, а также за погрузку и выгрузку; процесс перевозки грузов.

Функции денег - формы выражения сущности денег. Обычно выделяют следующие функции: деньги как средство обращения, мера стоимости, средство платежа, средство образования сокровищ, мировые деньги.

Функционально-стоимостной анализ (ФСА) - систематизированное исследование потребительских свойств товара с учетом сопоставления функций и стоимости товара; является одним из основных методов ценообразования на Западе; денежной оценке подлежат не отдельные элементы (статьи) затрат на производство и сбыт товара, а функции или функциональные характеристики этого товара.

Ц

Цена - денежное выражение стоимости товара.

Цена аукционная - цена, формирующаяся при продаже реального товара на аукционе; максимальная цена, предложенная за данный товар на аукционном торге.

Цена безубыточности - цена товара, при которой производитель может покрывать свои издержки.

Цена биржевая - цена, устанавливаемая в результате биржевых торгов; цена, определяемая путем добавления к биржевой котировке надбавки или вычитания скидки в зависимости от места поставки, других условий, предусмотренных биржевыми правилами, отклонений от биржевого стандарта.

Цена брутто - цена, исчисленная без учета дополнительных наценок или вычетов. Например, цена акции на фондовом рынке без учета комиссионных, выплачиваемых брокеру.

Цена временная - это цена, действующая в течении определенного периода времени.

Цена государственная - цена, устанавливаемая государственными органами.

Цена групповая - обобщенная цена группы единиц номенклатуры продукции в контракте комплексной поставки.

Цена демпинговая - в соответствии с антидемпинговым законом: экспортная цена, которая ниже, чем на внутреннем рынке страны (на 20 и более

%) или ниже мировой цены (на 8 % и более); искусственно заниженная цена продажи, устанавливаемая ниже цены внутреннего рынка (иногда даже ниже издержек производства). Используется с целью вытеснения конкурентов с рынка и увеличения собственных продаж. Использование такой цены является средством нечестной конкуренции, поэтому в большинстве стран контролируется антидемпинговым законодательством.

Цена единицы товара - цена, указанная на упаковке, позволяющая произвести пересчет на единицу объема или веса товара с целью сопоставления цен на сходные товары.

Цена естественная - цена, установленная на основе издержек производства и сбыта с учетом минимальной доходности капитала; представляет собой минимально возможную цену, способную существовать длительное время. Термин введен Адамом Смитом в книге «Исследование о природе и причинах богатства народов».

Цена закрытия - цена последней сделки, зарегистрированная при закрытии срочной биржи по окончании рабочего дня.

Цена закупочная - цена, по которой государство закупает сельскохозяйственную продукцию у сельскохозяйственных предприятий, объединений и населения.

Цена комиссионная - цена, по которой товары реализуются через комиссионную торговлю.

Цена кредита - процентная кредитная ставка, ставка за кредит.

Цена льготная - пониженный уровень цены на товар в целях стимуляции продаж, либо цена, дотируемая для отдельных групп покупателей.

Цена мировая - денежное выражение интернациональной стоимости единицы реализуемого на мировом рынке товара.

Цена монопольная - цена, устанавливаемая на рынке монополистами с целью извлечения сверхприбыли. Устанавливается монополиями на продаваемый или покупаемый ими товар на уровне выше или ниже цены производства или стоимости товара.

Цена нетто - цена товара на месте его купли - продажи, с которой не делается скидка; для продавца - фактическая выручка от продаж товара за минусом расходов по исполнению сделки, для покупателя -сумма, уплаченная продавцу.

Цена номинальная - стоимость, указанная на ценных бумагах, банкнотах, монетах, бумажных деньгах; цена, измеренная в текущих единицах ценности без поправки на инфляцию.

Цена оптовая - цена товара, продаваемого крупными партиями. Как правило, оптовые цены ниже розничных за счет экономии на торговых издержках.

Цена открытия - цена, по которой заключены первые сделки после открытия биржи; первые котировки ценных бумаг.

Цена отправная - минимальная цена, на которую соглашается продавец изделия, выставленного на публичном аукционе. Если в ходе торгов уровень отправной цены не достигается, то изделие снимается с аукциона.

Цена отпускная - цена, по которой предприятие продает свой товар

потребителям; цена на продукцию, отпускаемую заготовительным организациям.

Цена погашения - цена, по которой облигации или некоторые виды акций могут быть погашены по желанию эмитента либо после истечения срока.

Цена покупателя (цена спроса, верхний предел уровня цены) -цена, по которой покупатель готов приобрести товар. Цена покупателя формируется, исходя из собственных представлений лица, приобретающего товар, о полезности товара, его необходимости, сравнения с аналогичными товарами, моды на товар, уровня доходов покупателя, имеющихся у него в наличии денежных средств.

Цена потребления - затраты покупателя на приобретение и обслуживание товара в период его эксплуатации.

Цена прейскурантная - цена на продукцию, товары, услуги, зафиксированная в прейскуранте фирмы-продавца и используемая при срочных поставках небольших партий товаров либо как базисная. Устанавливается на промышленную, сельскохозяйственную продукцию.

Цена проникновения на рынок - низкая цена для товаров или услуг, предназначенная для захвата рынка и увеличения объема продаж; цена, по которой данный товар заведомо найдет спрос на данном сегменте рынка. Такая цена полезна для фирмы, если спрос по цене эластичен.

Цена равновесная - цена, по которой продается продукция в момент равновесия между спросом и предложением товара на рынке.

Цена разовая - цена на продукцию производственно-технического назначения, изготавливаемую по разовым заказам; разовые цены устанавливаются на продукцию, не предназначенную к серийному производству, единовременно изготавливаемую по индивидуальным чертежам для одного заказчика.

Цена распродажи - розничная цена реализации ранее не проданного товара или товара, продаваемого не в сезон; например, товаров одежды летнего ассортимента, продаваемого осенью или зимой.

Цена реализации фактическая (действительная) - цена, по которой товар реально продан или продается, реализуется; фактическая (реальная) цена на товары и услуги, формируемая в условиях конкурентного рынка в соответствии со спросом и предложением.

Цена реальная - цена, измеренная в постоянных ценах для устранения влияния инфляции.

Цена регулируемая - цена, регулируемая государственными органами по определенной номенклатуре продукции. Формы регулирования: установление предельного уровня цены, предельных отклонений от государственных фиксированных цен, нормативов рентабельности.

Цена розничная - цена на товар, продаваемый в личное потребление в малых, единичных количествах; цена продажи потребительского товара в розничной торговле.

Цена с последующей фиксацией - цена, устанавливаемая при заключении договора, в котором определяются правила ее фиксации.

Цена сезонная - изменяющаяся в зависимости от времени года цена (на сельскохозяйственную продукцию, на обувь, на одежду).

Цена СИФ (cost, insurance, fright - стоимость, страхование, фрахт) - цена, в которую включены стоимость товара, все расходы по перевозке и страхованию груза.

Цена скользящая - цена, исчисленная в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной (базисной) цены с учетом изменений в издержках производства, произошедших в период действия контракта.

Цена справедливая - категория скорее нравственная, чем экономическая; имеет место в правовом государстве; отражает реальные затраты на создание товара, его потребительную стоимость (ценность) и предусматривает разумную, общепринятую для конкретного уровня развития производительных сил и достаточную норму прибыли; является критерием, заключающим в себе уважение к партнеру по сделке, его труду и личному вкладу в результат делового сотрудничества.

Цена трансфертная - внутрифирменная цена, применяемая в сделках, расчетах между отдельными подразделениями, филиалами корпораций; как правило, она конфиденциальна.

Цена фактурная - цена, указанная в фактуре (счете) на поставленный товар и уровень которой определяется условиями базиса поставки, т.е. включает или нет некоторые издержки обращения.

Цена ФАС (free alongside ship - свободно вдоль борта судна) - цена товара с учетом транспортных расходов поставщика до погрузки на транспортное судно.

Цена ФОБ (free on board - свободно на борту) - цена товара с учетом транспортных расходов поставщика по доставке товара на транспортное средство.

Цена франко - цена товара, определенная с учетом возмещения транспортных расходов по доставке товара до пункта, указанного после слова «франко». Расходы по транспортировке товара во внешнеторговых контрактах обычно определяются на основе международной терминологии коммерческих терминов Incoterms.

Цена фьючерсная - цена, сформированная по биржевым фьючерсным сделкам.

Цена целевая - это плановая цена готовящегося к выпуску продукта. Обычно целевые цены рассчитываются исходя из уровня цен на уже выпускаемые товары либо аналогичные товары на рынке. Целевую цену корректируют на предполагаемые темпы инфляции, экономию на производственных издержках, изменение по сравнению с аналогом потребительских свойств, функциональность.

Цена экспортная - цена товара для поставок на внешний рынок.

Цена эмиссии - цена, по которой выпускаются новые акции и которая может отличаться от номинальной цены, либо цена подписки на акции.

Ценная бумага - это форма существования капитала, отличная от товарной, производительной и денежной форм, которая может передаваться вместо него, обращаться на рынке как товар и приносить доход.

Ценностное ценообразование - установление цен, таким образом, чтобы это обеспечивало фирме получение большей прибыли за счет достижения выгодного для нее соотношения «ценность - затраты».

Ценовая дискриминация - практика продажи идентичных товаров разным покупателям по неодинаковым ценам или продажи товаров большими партиями по более низким ценам, чем цены малых партий.

Ценовая зона - узкий диапазон колебаний цен вокруг среднегрупповой цены, входящей в ценовой ряд

Ценовая конкуренция - конкурентная борьба, в ходе которой продавцы пытаются привлечь покупателей, снижая цену ниже цены, установленной конкурентами.

Ценовая стратегия - стратегия, определяющая порядок установления цены на продукты компании в различных рыночных ситуациях.

Ценовая стратегия маркетинга - стратегия рыночного ценообразования на основе комбинации уровня спроса, издержек, конъюнктуры и конкуренции. Виды стратегий: высоких цен («снятие сливок»), низких цен (завоевание рынка), дифференцированных цен.

Ценовая эластичность спроса - реакция изменения спроса на изменение цены; показатель, характеризующий, на сколько процентов может измениться спрос на рынке на данный товар при изменении цены на один процент.

Ценовой маркетинг - одна из форм реализации маркетинга, основанная на управлении ценой продукции.

Ценовой риск - риск изменения цены товара или финансового инструмента во времени.

Ценообразование - процесс многофакторного формирования цен на товары и услуги в условиях рыночной экономики под воздействием спроса и предложения, конкуренции. Ценообразование является важным разделом маркетинга.

Э

Экономическая ценность товара - цена лучшего из доступных покупателю альтернативных товаров (цена безразличия) плюс ценность для него тех свойств данного товара, которые отличают его от этой лучшей альтернативы.

Экономический выигрыш покупателя - часть общей экономической ценности товара, равная ценности для покупателя тех свойств данного товара, которые отличают последний от лучшей альтернативы.

Эластичность - степень реагирования одной переменной величины на изменение другой величины; число, показывающее процентное изменение одной переменной в результате однопроцентного изменения другой переменной.

Эластичность предложения по цене - отношение процентного изменения величины предлагаемого товара к процентному изменению цены этого товара.

Эластичность спроса по цене - отношение процентного изменения спроса на товар к процентному изменению его цены.

Эффект цены - изменение выигрыша фирмы от продажи прежнего объема продукции за счет изменения цены на нее.

9. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Компетенции, закреплённые за дисциплиной ООП ВО:

а) **общекультурные компетенции (ОК):**

способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

б) Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1).

Карта фонда оценочных средств по дисциплине

№ п/п	Темы по учебно-тематическому плану	Оценочные средства	Контролируемые компетенции
1	Введение в ценообразование	Тест № 1,2 Задача № 1,2 Вопросы № 1-3	ОК-3
2	Теоретические основы ценообразования	Тест № 2-4 Задача № 3,4 Вопросы № 4-8	ОК-3
3	Система цен	Тест № 5-8 Задача № 5-7 Вопросы № 9-17	ОК-3
4	Подходы и методы ценообразования	Тест №9-11 Задача № 8,9 Вопросы № 50-69	ОК-3
5	Формирование свободных цен в РФ	Тест № 12-27 Задача № 10-12 Вопросы № 18-36	ОПК-1
6	Ценовая политика предприятия	Тест № 28-31 Задача № 13,14 Вопросы № 37-49	ОПК-1.
7	Ценовая политика государства	Тест № 32-35 Задача № 15 Вопросы № 70-93	ОПК-1
8	Ценообразование на мировых рынках в условиях глобализации мирового хозяйства	Тест №36-38 Задача № 16 Вопросы № 94-97	ОПК-1
9	Технология формирования контрактных цен на импортные и экспортные товары	Тест № 39-40 Задача №17 Вопросы № 98,99	ОПК-1

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»

Комплект тестовых заданий

1. Цена товара – это:

а) затраты на производство единицы продукции;

б) стоимость товара;

в) денежное выражение стоимости единицы продукции.

2. Система цен – это:

а) перечень цен;

б) группы цен;

в) единая, упорядоченная совокупность различных видов цен, обслуживающих и регулирующих экономические взаимоотношения участников.

3. Функции цены в рыночной экономике – это:

а) измерительная;

б) учетно-контрольная;

в) распределительная;

г) стимулирующая;

д) как критерий рационального размещения производства;

е) социальная.

4. Виды цен, включаемые в систему цен, – это:

а) оптовые цены;

б) закупочные цены;

в) контрактные цены;

г) розничные цены;

д) цены на строительную продукцию;

е) тарифы на услуги транспорта, услуги, оказываемые населению.

5. Факторы, которые оказывают влияние на установление цены, – это:

а) потребители;

б) правительство;

в) участники каналов сбыта;

г) конкуренты;

д) издержки производства.

6. Группировка цен в зависимости от системы их государственного регулирования:

а) регулируемые цены;

б) свободные цены;

в) фиксируемые цены;

г) лимитные цены.

7. Факторы, формирующие цену предложения товара, на которую претендует поставщик-продавец, – это:

а) количество товара, предлагаемое на рынке;

б) запасы товара на предприятии и у возможных поставщиков;

в) цены на факторы производства и рабочую силу;

г) потребительские свойства товара, его полезность;

д) налоги, акцизы и др. платежи, отчисления в государственный бюджет и внебюджетные фонды.

8. Группировка цен по способу получения информации:

а) публикуемые цены;

б) расчетные цены;

в) свободные цены.

9. Факторы, формирующие цену спроса, которую предлагает покупатель, – это:

а) платежеспособный спрос населения;
б) уровень сбережений, которые покупатель делает, чтобы не покупать товар;
в) издержки производства и обращения при реализации товара;
г) количество товара, предлагаемое на рынке;
д) потребительские свойства товара.
10.Группировка цен по способу их функций:
а) твердые (постоянные) цены;
б) сезонные цены;
в) подвижные цены;
г) скользящие цены.
11.Факторы, формирующие представление о справедливости и несправедливости цены, – это:
а) соотношение текущей цены с ранее действовавшей;
б) соотношение цены данного товара с ценами сходных продуктов или ценами, уплаченными в сходных ситуациях;
в) роль товара в формировании стандарта потребления.
12.Группировка цен с учетом фактора времени:
а) свободные цены;
б) сезонные цены;
в) постоянные цены;
г) зональные цены.
13.Равновесная цена – это:
а) цена выше той, которая создает избыточный спрос;
б) цена, при которой нет ни дефицита, ни избытка;
в) все перечисленное выше справедливо;
г) цена, установленная правительством.
14.Трансфертные внутрифирменные цены – это;
а) рыночные цены;
б) оптовые цены;
в) цены, применяемые при передаче товаров в рамках международных и транснациональных корпораций и предприятий, в том числе между их подразделениями, расположенными в разных странах.
15.«Зонтик цен» – это:
а) установление средней рыночной цены;
б) подержание цен, установленных фирмой – лидером;
в) равновесная цена.
16.«Ножницы цен» – это:
а) отклонения цен;
б) разрыв в ценах на различные группы товаров на международных рынках и в отдельных государствах.
17. По способу получения информации цены классифицируются на:
а) свободные, постоянные;
б) трансфертные;
в) публикуемые, справочные.
18. По условиям поставки и продажи различают:

а) цена-нетто и цена- брутто;
б) цена торгов;
в) цена торговых аукционов.
19. В состав цены входит:
а) прибыль, акциз, НДС;
б) себестоимость, торговая надбавка;
в) себестоимость, прибыль, акциз, НДС, снабженческо-сбытовая надбавка, торговая надбавка.
20. В состав оптовой цены входит:
а) себестоимость, прибыль;
б) акциз, прибыль;
в) себестоимость, НДС.
21. *Отпускная цена предприятия состоит из:*
а) себестоимости, снабженческо-сбытовой надбавки;
б) торговой надбавки, себестоимости;
в) себестоимости, прибыли, акциза.
22. Продажная цена оптового посредника включает:
а) себестоимость, прибыль, акциз, НДС;
б) себестоимость, прибыль, акциз, НДС, снабженческо-сбытовая надбавка;
в) себестоимость, прибыль, акциз, снабженческо-сбытовая надбавка.
23. К технологическим затратам относятся:
а) сырье, материалы, топливо, заработная плата
б) потери от брака, общепроизводственные затраты
в) коммерческие затраты.
24. Косвенные расходы включают в себя:
а) прочие производственные, коммерческие расходы
б) заработная плата производственных рабочих
в) сырье, материалы.
25. К переменным затратам относятся:
а) затраты, которые не меняются в зависимости от объемов производства
б) затраты, которые меняются в зависимости от объемов производства.
26. К постоянным затратам относятся:
а) затраты, которые не меняются в зависимости от объемов производства
б) затраты, которые меняются в зависимости от объемов производства.
27.Ценообразование затратным методом может основываться на:
а) сумме постоянных и прямых затрат;
б) на прямых или предельных затратах;
в) на полных издержках;
28.Активное ценообразование – это:
а) способ установления собственной цены;
б) подход к установлению цены на товар или услугу, целью которого является достижение наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и желаемого уровня прибыли.
29.Стратегия средних цен может быть представлена в виде:

а) стратегии проникновения на рынок;
б) стратегии нейтрального ценообразования;
в) стратегии следования за лидером.
30.Стратегии ценообразования в зависимости от разных рынков, их сегментов и покупателей:
а) стратегия дифференцированных цен;
б) стратегия средних цен;
в) стратегия льготных цен;
г) стратегия дискриминационных цен.
31. При фиксированных ценах размер реализуемой прибыли зависит от:
а) суммы налога
б) количества затраченных средств
в) динамики себестоимости.
32. Формы воздействия государства на цены:
а) прямое и линейное
б) прямое и косвенное
в) косвенное и промежуточное.
33.Определение рыночной цены при недостаточности информации планирует использование методов:
а) цены первоначальной реализации и затратного метода
б) постоянных цен и затратного
в) цены последней реализации и затратного метода.
34.Формы прямого вмешательства на ценообразование:
а) общее замораживание , установление фиксированных цен
б) создание условий для здоровой конкуренции
в) разработка специальных правительственных программ.
35.Формы косвенного регулирования цен:
а) установление предельных размеров надбавки и наценок
б) эффективное использование таможенных тарифов, разработка специальных программ
в) установление предельного норматива рентабельности.
36.При исчислении рыночной цены применяют методы:
а) основанный на определении полных издержек
б) ориентирующийся на прямые затраты
в) ориентирующийся на косвенных затратах
37. Метод, основанный на определении полных издержек состоит в:
а) суммировании совокупных издержек и прибыли
б) суммировании постоянных издержек и прибыли
в) суммировании переменных издержек и прибыли.
38. Метод, ориентирующийся на прямые затраты состоит в установлении цены путем:
а) добавления к постоянным затратам определенной надбавки-прибыли
б) вычитания из переменных затрат определенной надбавки-прибыли
в) добавления к переменным затратам определенной надбавки.
39. К эконометрическим методам определения цен относят методы:

а) текущей цены, «запечатанного конверта»
б) удельных затрат, регрессионного анализа, балловый, агрегатный
в) статистический, корреляционный.
40. Основные виды ценовых стратегий – это стратегия:
а) высоких цен, средних цен, целевых цен, льготных цен, «следования за лидером»
б) фиксированных цен, конкурентной борьбы
в) разовых цен, цены потребления.

Тематика докладов по дисциплине «Ценообразование»

1. Роль цен в рыночной экономике;
2. Система цен в экономике и принципы ее дифференциации;
3. Государственное регулирование рынка цен;
4. Цена и вопросы ценообразования в Гражданском Кодексе РФ;
5. Принципы определения цены для целей налогообложения;
6. Налоговая и финансово-кредитная системы, их взаимодействие с ценообразованием;
7. Цены на рынке капитальных активов;
8. Цены на рынке недвижимости;
9. Ценообразование на рынке ценных бумаг;
10. Цена – инструмент рыночной экономики;
11. Методы формирования цены и особенности рыночного ценообразования;
12. Цена как фактор повышения доходности предприятия в условиях рынка;
13. Ценовая политика и стратегия предприятия;
14. Ценообразование на рынке научно-технической продукции;
15. Ценообразование в топливно-энергетическом комплексе;
16. Ценообразование в минерально-сырьевом комплексе;
17. Ценообразование на рынке товаров и услуг;
18. Ценообразование и ценовая политика во внешнеэкономической деятельности предприятия;
19. Основные стратегии ценообразования;
20. Ценовая политика предприятия в условиях рынка;
21. Эконометрические методы определения цены;
22. Методы исследования экономической конъюнктуры рынка и ценовой динамики;
23. Средние цены и обобщающий уровень цен;
24. Издержки – основа формирования цены в условиях рынка;
25. Государственное регулирование ценообразования в РФ и за рубежом;
26. Система цен в РФ, роль и значение в рыночной экономике;
27. Политика либерализации цен в условиях рынка;
28. Ценовая политика в условиях реформирования и реструктуризации предприятий на современном этапе;
29. Мировые цены и их роль в международном сотрудничестве;
30. Особенности формирования цен на продукцию (работы, услуги) различных отраслей экономики (транспорта, связи, сельского хозяйства и др.).

Задачи по дисциплине «Ценообразование»

Задача 1.

Розничная цена холодильника, реализуемого в магазине фирменной торговли предприятия, до повышения составляла 3000 руб., а после повышения – 4200 руб. и складывалась из следующих элементов (в скобках указаны данные после повышения цены):

- коммерческая себестоимость – 1800 (2100) руб.;
- прибыль предприятия-изготовителя – 450 (950) руб.;
- налог на добавленную стоимость – 500 (700) руб.;
- торгово-сбытовые расходы – 250 (450) руб.

Необходимо построить таблицу, характеризующую структуру розничной цены холодильника до и после снижения цены; дать оценку динамики отдельных элементов розничной цены и изобразить графическим способом.

Задача 2.

На основе приведенных данных необходимо определить:

- прибыль предприятия в расчете на одно изделие;
- оптовую цену предприятия;
- отпускную цену предприятия с НДС;
- снабженческо-сбытовую надбавку;
- торговую надбавку;
- розничную цену изделия;
- структуру розничной цены изделия.

Исходные данные:

- коммерческая себестоимость изделия – 90 руб.;
- уровень рентабельности – 25% к себестоимости;
- акциз – 15 руб. на единицу изделия;
- налог на добавленную стоимость – 10% от оптовой цены предприятия без НДС;
- снабженческо-сбытовая надбавка посреднической организации - 20% от покупной цены;
- торговая надбавка – 10% от продажной цены посреднической организации.

На основе проведенных расчетов дать графическое изображение структуры оптовой цены предприятия, отпускной и розничной цены изделия.

Задача 3.

На основе приведенных данных необходимо определить:

- прибыль предприятия в расчете на одно изделие;
- оптовую цену предприятия;
- отпускную цену с НДС;
- снабженческо-сбытовую надбавку;

– торговую надбавку;
– структуру розничной цены изделия.

Исходные данные:

– коммерческая себестоимость изделия – 56 руб.;
– уровень рентабельности – 25% к себестоимости;
– налог на добавленную стоимость – 18% от отпускной цены предприятия без НДС;
– снабженческо-сбытовая надбавка посреднической организации – 25% от покупной цены;
– розничная цена – 126 руб.

На основе проведенных расчетов дать графическое изображение структуры оптовой цены предприятия, отпускной и розничной цены изделия.

Задача 4.

На основе приведенных данных необходимо определить:
– оптовую цену предприятия;
– прибыль предприятия в расчете на одно изделие;
– графически изобразить структуру розничной цены.

Исходные данные:

- розничная цена изделия – 200 руб.;
- налог на добавленную стоимость – 40 руб.;
- наценка посреднической организации – 20 руб.;
- торговая скидка – 15% к розничной цене;
- полная себестоимость изделия – 90 000 руб.

Задача 5.

Предприятие розничной торговли осуществляет закупку импортных товаров. Таможенная стоимость, пересчитанная в рубли по курсу ЦБ России, составляет 90000 руб., включая таможенные пошлины: НДС, уплачиваемый при таможенном оформлении товара, составляет 18% по таможенной стоимости: торговая надбавка – 30% к расчетной цене.

Необходимо рассчитать:
– сумму НДС в рублях;
– расчетную цену закупаемого товара;
– сумму торговой надбавки в рублях;
– свободную розничную цену импортного товара; дать графическое изображение расчетной и розничной цены товара, сделать выводы.

Задача 6.

На основе приведенных данных необходимо определить:
– прибыль предприятия в расчете на одно изделие;
– оптовую цену предприятия;
– отпускную цену предприятия с НДС;
– снабженческо-сбытовую надбавку;

– торговую надбавку;

– розничную цену изделия;

– структуру розничной цены изделия.

Исходные данные:

– коммерческая себестоимость изделия – 90 руб.;

– уровень рентабельности – 25% к себестоимости;

– акциз – 15 руб. на единицу изделия;

– налог на добавленную стоимость – 10% от оптовой цены предприятия без НДС;

– снабженческо-сбытовая надбавка посреднической организации – 20% от покупной цены;

– торговая надбавка – 10% от продажной цены посреднической организации.

Задача 7.

На основе проведенных расчетов дать графическое изображение структуры оптовой цены предприятия, отпускной и розничной цены изделия.

Определить розничную цену единицы продукции на основе следующих данных:

- оптовая цена единицы продукции – 300 руб.;
- ставка НДС – 18%;
- торговая надбавка – 25%.

Определить отпускную цену единицы продукции предприятия-изготовителя на основе следующих данных:

- полная (коммерческая) себестоимость – 200 руб.;
- прибыль, заложенная в цену – 50 руб.;
- ставка НДС – 18%.

Задача 8.

Предприятие розничной торговли осуществляет закупку импортных товаров. Таможенная стоимость, пересчитанная в рубли по курсу ЦБ России, составляет 90 000 руб., включая таможенные пошлины: НДС, уплачиваемый при таможенном оформлении товара, составляет 18% от таможенной стоимости: торговая надбавка – 30% к расчетной цене.

Необходимо рассчитать:

- сумму НДС в рублях;
- расчетную цену закупаемого товара;
- сумму торговой надбавки в рублях;
- свободную розничную цену импортного товара.

Задача 9.

Необходимо рассчитать структуру розничной цены продукции, исходя из следующих данных:

- себестоимость единицы – 5 руб.;
- рентабельность – 25% к себестоимости;

- акциз – 70% от оптовой цены предприятия;
- НДС – 18% от отпускной цены фирмы;
- наценка посреднической организации – 1 руб.;
- торговая наценка – 1,5 руб.

Задача 10.

Оптовое предприятие закупило у предприятия-изготовителя товар по цене 12 000 руб. за единицу, в том числе НДС – 2 000 руб. Оптовая надбавка составляет 15% к цене приобретения товара (без НДС).

Необходимо рассчитать:

- размер оптовой надбавки в рублях;
- цену оптового предприятия без НДС и с учетом НДС.

Задача 11.

Оптовое предприятие закупило у предприятия-изготовителя товар по цене 12 000 руб. за единицу, в том числе НДС – 2 000 руб. Оптовая надбавка составляет 15% к цене приобретения товара (без НДС). Необходимо рассчитать:

- оптово-отпускную цену товара с НДС и без НДС.

Задача 12.

Определить отпускную цену завода-изготовителя, цену «франко-железнодорожный вагон», цену ФОБ, КАФ (СФР), СИФ и цену «франко-покупатель, включая пошлину», исходя из следующих данных:

1 – себестоимость – 20 тыс. руб.

2 – прибыль – 25% к себестоимости

3 – перевозка к железнодорожной станции – 2 тыс. руб.

4 – стоимость услуг экспедитора – 1 тыс. руб.

5 – страхование при перевозке по железной дороге 2 % от отпускной цены

6 – стоимость погрузки в вагон – 2,5 тыс. руб.

7 – фрахт до порта – 3 тыс. руб.

8 – стоимость погрузочно-разгрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна – 1,5 тыс. руб.

9 – стоимость доставки на борт судна и складирование на судне – 2 тыс. руб.

10 – расходы на документы – 70 долларов

11 – расходы на коносамент – 80 долларов

12 – Морской фрахт до порта назначения – 200 долларов

13 – страхование (от КАФ) – 3 %

14 – стоимость перевалки в порту назначения – 100 долларов

Задача 13.

Используя взаимосвязь индексов, определите, как изменится индекс физического объема товарооборота, если товарооборот в фактических ценах в отчетном периоде по сравнению с базисным увеличится на 12 % при одновременном снижении цен на 2 %.

Задача 14.

Средняя цена яблок по двум колхозным рынкам города снизилась в августе по сравнению с июлем на 6,9 %. За счет структурных сдвигов снижение цены составило 2 %. Определить индекс цен фиксированного состава.

Задача 15.

Продукция поставляется на экспорт. Ниже приведены условные данные в денежных единицах:

- стоимость товара - 1000000
- доставка в порт отправления - 1000
- стоимость погрузо-разгрузочных работ с доставкой товара вдоль бота судна - 2000
- стоимость доставки на борт судна и складирование на судне - 10000
- стоимость извещения покупателя об отправке товара - 200
- фрахт порта назначения - 80000
- стоимость погрузо-разгрузочных работ в стране импортере - 3000
- доставка на склад покупателя - 500
- страхование доставки - 1000

Определите цены ФОБ и СИФ

Задача 16.

В отчетном году было продано головных уборов на 800 тыс. ден. ед., меховых изделий – на 3 млн. ден. ед., галантереи - на 400 тыс. ден. ед. Определить общий индекс цен на эти товары, если известно, что цены на головные уборы были снижены на 8 %, на меха – на 5 %, на галантерею – 10 %.

Задача 17.

Олигополистический рынок отечественной алюминиевой промышленности поделен следующим образом: доля Красноярского алюминиевого завода составляет 21 %, Братского АЗ – 18 %, Саянского АЗ – 16 %, Иркутского АЗ – 14 %. Рассчитайте индекс концентрации для трех фирм в алюминиевой промышленности, а также индекс Линда по приведенным четырем фирмам и сделайте выводы по полученным результатам.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»

Вопросы к дифференцированному зачёту

1. В чем заключается сущность двух противоположных теорий цены.
2. Место и роль цены в рыночной экономике.
3. Какие существуют принципиальные различия между формированием цен в плановой экономике и в условиях рыночной экономики.
4. Раскройте сущность средней нормы прибыли и цены производства.
5. Внутриотраслевая и межотраслевая конкуренция.

6. Виды конкуренции.
7. Что необходимо понимать под функцией цены, какие функции цены присущи рыночной экономике.
8. Дайте характеристику принципов ценообразования.
9. Дайте характеристику основных видов цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения.
10. Перечислите элементы оптовой отпускной цены предприятия, промышленности, закупочной и розничной цены.
11. Охарактеризуйте цену потребления, поясните, чем она отличается от продажной (рыночной) цены.
12. Раскройте виды цен в зависимости от территории их действия.
13. Раскройте вопрос о видах цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов.
14. Перечислите виды цен по степени их свободы от воздействия государства и дайте им характеристику.
15. Охарактеризуйте виды цен на новые товары.
16. Перечислите виды цен на товары, реализуемые на рынке относительно продолжительное время, и дайте им характеристику.
17. Что такое система цен и каковы ее признаки.
18. Сформулируйте закон спроса.
19. Какие факторы (детерминанты) влияют на изменение спроса.
20. Объясните понятия «изменения в спросе» и «изменение объема спроса».
21. Сформулируйте закон предложения.
22. Назовите неценовые факторы (детерминанты), воздействующие на изменение предложения.
23. Дайте определение эластичности.
24. Что показывает равновесная рыночная цена.
25. Назовите факторы, воздействующие на цены.
26. Охарактеризуйте влияние финансово-кредитной сферы на уровень и динамику цен.
27. Какое влияние оказывают потребности товаров на принятия фирмой ценовых решений.
28. Рассмотрите влияние конкуренции на уровень цен.
29. Равновесная цена спроса и предложения.
30. Охарактеризуйте структуру цены товара (услуги).
31. Раскройте экономическую категорию структуры рынка, опишите ее характерные черты.
32. Раскройте основы конкуренции.
33. Какие существуют основные типы рынков.
34. Дайте характеристику совершенной (свободной) конкуренции.
35. Сформулируйте основные черты монополистической конкуренции.
36. В чем сущность олигополии.
37. Дайте характеристику чистой конкуренции.
38. Раскройте этапы процесса ценообразования.

39. Назовите цели ценовой политики, которые может ставить перед собой фирма. Дайте их характеристику.
40. Какие методы установления цен используют фирмы в своей деятельности.
41. Раскройте роль ценовой информации в принятии решений по ценам.
42. В чем разница понятий «данные» и «информация».
43. Что должна знать фирма, собирая информацию по ценам.
44. Что должна знать фирма о рынке и товаре.
45. Какую информацию должна знать фирма о конкурентах.
46. Какая информация о производстве, затратах, выпуске и прибыли необходима для установления цен.
47. Раскройте стратегические аспекты ценовой политики фирмы.
48. Покажите содержание тактических аспектов ценовой политики фирмы.
49. Раскройте формы ценовой политики фирмы.
50. Расскажите о трех основных методиках определения цены.
51. Дайте характеристику ценообразования в рамках товарной номенклатуры.
52. В чем выражается определение цен по географическому принципу.
53. Как устанавливаются цены со скидками и зачетами.
54. В чем состоит экономический смысл установления дискриминационных цен.
55. Расскажите о содержании инициативного изменения цен.
56. В чем состоит цель рыночного анализа издержек.
57. Что такое бухгалтерские издержки.
58. Что включают в себя предпринимательские издержки.
59. Дайте определение вмененным издержкам.
60. Дайте характеристику постоянных издержек.
61. Дайте характеристику переменных издержек.
62. Практическая ценность деления издержек на постоянные и переменные.
63. Дайте определение совокупных издержек.
64. Что такое предельные (маржинальные) издержки.
65. Дайте характеристику средних издержек, в чем заключается их практическая значимость.
66. Изложите сущность CVP-анализа.
67. В чем сущность метода полных издержек. Покажите преимущества и недостатки этого метода.
68. Чем отличается метод нормативных затрат от метода полных издержек.
69. В чем заключается суть метода сокращенных затрат.
70. В чем состоит сущность экономического риска.
71. Расскажите об оценке риска и ее этапах.
72. Раскройте, в чем выражается риск в определении цен. Покажите это на примере.
73. Для каких целей необходима оценка инфляционного ожидания при проведении фирмой ценовой политики, какие при этом используются показатели и информация.
74. В чем состоит сущность страхования цен и каковы его формы.
75. В чем состоит необходимость регулирования экономики и цен в условиях рынка.

76. Раскройте сущность кейнсианской концепции государственного регулирования экономики и цен.
77. Раскройте сущность монетаристской концепции государственного регулирования и цен, укажите ее негативные стороны.
78. Раскройте необходимость регулирования экономики и цен государством в России.
79. Раскройте цели и содержание государственного регулирования цен.
80. Назовите и дайте характеристику прямых методов регулирования цен.
81. Дайте характеристику косвенных методов регулирования цен.
82. Ценообразование и инфляция.
83. Раскройте, какие виды контроля над ценами и какие виды экономических санкций за нарушение государственной дисциплины цен действуют в экономике России.
84. Какими законами регулируется количество денег в обращении.
85. В чем проявляется зависимость ценообразования от количества денег в обращении.
86. Раскройте факторы, вызывающие рост цен на товары и услуги.
87. Каковы национальные особенности регулирования цен и денежного обращения в Российской Федерации.
88. На основе каких экономических теорий осуществляется связь между ценами и денежной массой на макроуровне.
89. Каково значение системы цен в экономике.
90. Раскройте взаимосвязь ценообразования и кредитной системы в рыночной экономике. Как эти процессы проявляются в условиях кризиса.
91. Каким образом через систему цен осуществляется межотраслевой перелив капиталов.
92. Раскройте внешние и внутренние факторы, влияющие на изменение цены.
93. Охарактеризуйте воздействие цен на продукцию отдельных отраслей промышленности.
94. Чем вызывается необходимость изучения практики ценообразования в зарубежных странах.
95. Раскройте практику ценообразования и регулирования цен в США и Франции.
96. Раскройте практику ценообразования в Испании, Швеции.
97. Раскройте практику ценообразования в Греции, Финляндии, Японии.
98.Что из опыта ценообразования в зарубежных странах вы могли бы предложить для использования в практике ценообразования в экономике России.
99. Раскройте общие положения ценообразования.

ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки сформированности компетенций
Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3)	Демонстрация навыков знания и понимания законов развития общества; нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Оценка в рамках текущего контроля: • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения самостоятельной работы; • результатов тестирования.
владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1).	владеет навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности.	Оценка в рамках текущего контроля: • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения самостоятельной работы; • результатов тестирования.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Форма контроля	Критерии оценки уровня освоения компетенции
Дифференцированный зачет	Критерием оценки является уровень усвоения студентом теоретического материала, предусмотренного программой дисциплины, что выражается в степени владения материалом. «Отлично» - полный ответ на основные вопросы в объеме лекций с привлечением дополнительной литературы, полные грамотные ответы на все дополнительные вопросы. При ответах на вопросы обращается внимание на самостоятельность выводов и обоснованную точку зрения. Правильно и в срок выполненные все практические работы и задания для самостоятельной работы. «Хорошо» - неполный ответ на основные вопросы в объеме лекций с использованием дополнительной литературы, ответы на часть дополнительных вопросов. Все практические работы и задания для самостоятельной работы сданы в срок, но выполнены с несущественными недочетами. «Удовлетворительно» - посредственный ответ на основные вопросы в объеме лекций и ответы на часть дополнительных вопросов. Правильно выполнена большая часть практических работ и заданий для самостоятельной работы. «Неудовлетворительно» - незнание основных вопросов в объеме лекций (слабый ответ или его отсутствие на основные вопросы и затруднения с ответами на дополнительные вопросы). Отсутствие выполненных практических работ и заданий для самостоятельной работы.
Тестирование	Критерием оценки является уровень усвоения студентом материала, предусмотренного программами дисциплин, что выражается количеством правильных ответов на предложенные тестовые задания по дисциплине. При ответах на вопросы теста: • 90 – 100 % правильных ответов - «отлично»; • 75 – 89 % правильных ответов– «хорошо»;

	• 50 – 74 % правильных ответов– «удовлетворительно»; • менее 50 % правильных ответов– «неудовлетворительно».
Решение задач	Критерием оценки является уровень умений выпускника применять полученные теоретические знания для решения профессионально – прикладных ситуаций и задач. При оценке выполнения индивидуального профессионального задания учитывается: • выполнение задания в полном объеме с исчерпывающими пояснениями – «отлично; • выполнение задания в полном объеме, но с отдельными неточностями, с недостаточными пояснениями - «хорошо»; • задание выполнено не полностью; имеются ошибки в расчетах, отсюда, неверный результат; ответ не обоснован - «удовлетворительно»; • задание не выполнено или выполнено не правильно - оценка 2 (неудовлетворительно)
Реферат	Критерием оценки является новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению; владение материалом. **Оценка 5 -** выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. **Оценка 4** – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы. **Оценка 3** – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод. **Оценка 2** – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Шкала уровней сформированности компетенции

	Оценка «5»	**Оценка «4»**	**Оценка «3»**
Уровень	Повышенный	Средний	Пороговый

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническая база дисциплины обеспечивает проведение всех видов занятий, предусмотренных учебным планом и соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Для проведения учебных занятий могут использоваться лекционные аудитории и аудитории для проведения занятий семинарского типа, оснащенными

мультимедийным оборудованием (мультимедийные проекторы, экраны), обеспечивающие реализацию программы.

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для освоения результатов обучения дисциплины применяется лицензионное программное обеспечение, позволяющее использовать:

- Пакет прикладных программ MSOffice.
- Справочно-правовая система «Консультант плюс».
- Справочно-правовая система «Гарант».

ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУПРСОВ, К КОТОРЫМ ОБЕСПЕЧИВАЕТСЯ ДОСТУП ОБУЧАЮЩИХСЯ

1. Министерство образования и науки Российской Федерации - http://минобрнауки.рф/
2. Федеральный портал «Российское образование» - http://www.edu.ru/
3. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» http://window.edu.ru/
4. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов - http://fcior.edu.ru/
5. Российский портал открытого образования - http://www.openet.ru/
6. Единый портал интернет-тестирования в сфере образования - http://i-exam.ru/
7. Электронно-библиотечная система IPRbooks http://www.iprbookshop.ru
8. Информационно-библиотечная система (ИБС) МосГУ http://elib.mosgu.ru
9. Официальный интернет-портал правовой информации - http://www.pravo.gov.ru/
10. Гарант.ру. Информационно-правовой портал - http://www.garant.ru
11. Консультант Плюс. Справочно-правовая система http://www.consultant.ru

11. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

1. Липсиц И.В. Ценообразование: Учебник. – 4-е изд-е ерераб. И доп. – М.: Магистр, 2011. – 527 с.

2. Магомедов М.Д. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебник/ Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю., Чайкина И.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— 254 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/4556.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Дополнительная литература

1. Баздикин А.С. Цены и ценообразование: Учебное пособие. – М.: Юрайт-Издат, 2009. – 332 с.

2. Горина Г.А. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Горина Г.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 127 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/15497.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

3. Лев М.Ю. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебник/ Лев М.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.— 719 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8593.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

4. Ценообразование: Учебник /Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю., Чайкина И.И. – М.: Дашков и К, 2009. – 256 с.

5. Шуляк П.Н. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шуляк П.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— 196 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/11006.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы - http://www.fas.gov.ru
2. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ - http://www.economy.gov.ru
3. Официальный сайт ЦБ РФ - http://www.cbr.ru
4. Официальный сайт Министерства финансов РФ - http://www.minfin.ru
5. Официальный сайт Федеральной таможенной службы - http://www.customs.ru

Редакционно-издательский совет:
Плаксий С. И. д.ф.н., проф., (председатель совета);
Пеньковский Д.Д. д.и.н., проф. (ответственный секретарь совета);
Миронова Н.Н. д.э.н., проф.; Мысаченко В. И. д.э.н., проф.;
Селезнев В. Н., д.пс.н., проф.;
Черкасова Е.А. к.и.н.

Издательство Национального института бизнеса
111395, Москва, ул. Юности 5/1, корп. 2.