Министерство спорта Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Московская государственная академия физической культуры»

Кафедра управления и экономики физической культуры, спорта и туризма

|  |  |
| --- | --- |
| СОГЛАСОВАНОНачальник Учебно-методического управления канд. биол. наук, доцент И.В.Осадченко\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_«17» июня 2024 г. | УТВЕРЖДЕНОПредседатель УМКпроректор по учебной работеканд. пед. наук, доцент А.П.Морозов\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_«17» июня 2024 г. |

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»**

**Б1.В.07**

**Направление подготовки**

**38.03.02 «МЕНЕДЖМЕНТ»**

**ОПОП:**

*«Менеджмент организации»*

**Квалификация выпускника**

*бакалавр*

**Форма обучения**

очная

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| СОГЛАСОВАНОДекан факультета физической культуры, канд. юрид. наук, доцент\_\_\_\_\_\_\_\_И.С.Полянская «17» июня 2024 г.  |  | Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры (протокол № 15 от «22» мая 2024 г.)ВИО Заведующего кафедрой, канд. экон. наук, доцент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ И.Л.Димитров «22» мая 2024г. |

**Малаховка 2024**

Рабочая программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации 12 августа 2020 г. N 970 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 25 августа 2020 г., регистрационный N 59449) с учетом изменений, внесенных приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации N 1456 от 20 ноября 2020 года «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 27 мая 2021 г., регистрационный N 63650).

**Составитель рабочей программы:**

Симанис Ю.Н., ст. преподаватель

кафедры управления и экономики

физической культуры,

спорта и туризма ФГБОУ ВО МГАФК

**Рецензенты:**

Барышова М.А., ст. преподаватель

кафедры управления и экономики

физической культуры,

спорта и туризма ФГБОУ ВО МГАФК

Верстина Н.Г., д-р экон. наук,,профессор,

заведующая кафедрой Менеджмента

и инновации ФГБОУ ВО НИУ МГСУ

**Ссылки на используемые в разработке РПД дисциплины профессиональные стандарты (в соответствии с ФГОС ВО 38.03.02):**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Код ПС | Профессиональный стандарт | Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ | Аббрев. исп. в РПД |
| 08 Финансы и экономика |
| 08.006 | **Специалист по внутреннему контролю (внутренний контролер)** | Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 ноября 2022 года N 731н (Зарегистрировано в Минюсте России 22.12. 2022 N 71783) | **СВК** |

**1. Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:**

**УК-2** – способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

**ПК-1** - Способен к организации и планированию работы структурного подразделения организации.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|   | Соотнесенные профессиональные стандарты | Формируемые компетенции |
| **Знания:**- Сущность цены как экономической категории, состав, структуру и функции цены**Умения:**- Определять ценовую стратегию предприятия с учетом специфики его деятельности и структуры рынка**Навыки и/или опыт деятельности:** - специальной терминологией настоящей учебной дисциплины | **СВК 08.006**Е/03.8Оценка качества нормативной базы, требований профессиональной этики и методов внутреннего контроляЕ/04.8Контроль и координация деятельности систем внутреннего контроля на всех уровнях управления экономическим субъектом | *УК-2* |
| **Знания:**-- Систему ценообразующих факторов и их роль в практике ценообразования**Умения:**- Принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства**Навыки и/или опыт деятельности:** - Инструментарием статистики цен | *ПК-1* |

1. **Место дисциплины в структуре образовательной программы:**

Дисциплина в структуре образовательной программы относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается
в **4 семестре**.

Вид промежуточной аттестации: **экзамен.**

1. Объем дисциплины и виды учебной работы:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид учебной работы | Всего часов | семестры |
| 4 |
| **Контактная работа преподавателя с обучающимися**  | **38** | **38** |
| В том числе: |  |  |
| Лекции | 12 | 12 |
| Семинары  | 24 | 24 |
| Консультация | 2 | 2 |
| Промежуточная аттестация  | экзамен  | + |
| **Самостоятельная работа студента**  | **52** | **52** |
| Контрольная работа | 38 | 38 |
| **Контроль** | **18** | **18** |
| **Общая трудоемкость** | **часы** | **108** | **108** |
| **зачетные единицы** | **3** | **3** |

1. **Содержание дисциплины:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | Тема (раздел) | Содержание раздела |
| 1 | Предмет и задачи дисциплины | Роль дисциплины в подготовке срециалистов. Определение ценообразования. Особенности, значение дисциплины, ее связь с другими экономическими науками. Объект изучения, методы и задачи дисциплины. |
| 2 | Экономическое содержание цены | Затратная теория цены, маргинальная теория цены, концепция выявленных предпочтений. Функции цены: учетная, стимулирующая, распределительная, сбалансирования спроса и предложения, рационального размещения производства. Виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения (оптовые цены промышленности, закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию, цены на строительную продукцию, транспортные тарифы, розничные цены и т.п.).  |
| 3 | Формирование цен на макроуровне | Закон стоимости и система экономических законов товарно-денежных отношений. Действие рыночного механизма, системы стоимостных категорий. Цены и процесс воспроизводства. Факторы, формирующие ОНЗТ: уровень техники и технологии, уровень организации производства, квалификация и оборудование и др. Общественно необходимое рабочее время. Абстрактный труд. Конкретный труд. Сложный труд. Живой и овеществленный труд. Факторы формирования цен: соотношение спроса и предложения, социальные, мода и престижность, национальные и климатические особенности и другие. Факторы и показатели инфляции. Индексы потребительских цен. Инфляция издержки, импортированная инфляция, инфляция и представительская экономика, инфляция как действие монополистов на рынке |
| 4 | Стратегия ценообразования на основе маркетинга | Спрос, предложение, товар. Динамика предложения, эластичность спроса. Информация о рынке, конкурентах, правительственной политике, ценах, затратах. Полезность. Ценностное ценообразование. Стратегия «снятия сливок», стратегия «прочного проникновения на рынок», позиционирование товара, установление цен в рамках товарного ассортимента. Стадии жизненного цикла товара. Престижная цена, скользящая (падающая) цена, долговременная, гибкая, договорная. |
| 5 | Методология ценообразования на предприятии | Выбор целей ценовой политики. Затратное ценообразование. Классификация затрат: по однородным экономическим элементам затрат; по калькуляционным статьям расходов; по признаку целесообразности: производственные и непроизводственные; по характеру связи с объемом производства: переменные и постоянные. Методика ценообразования «средние издержки плюс прибыль». Расчет целевой прибыли. Недостатки «затратного ценообразования». Удельные параметры. Цена балла. Преимущества и недостатки метода. Налог на прибыль. Акцизы. Налог на добавленную стоимость. Таможенные пошлины |
| 6 | Государственное регулирование цен | Либерализация цен. Вопросы социальной справедливости, стабильности, эффективности и уровень цен. Экономические методы, реализуемые через финансовобюджетную, кредитную, валютную, таможенную, налоговую политику государства. Административные методы: надбавки, предельный уровень рентабельности, коэффициент изменения цен и тарифов, декларирование и другие. Федеральные и региональные органы контроля за ценами. Естественные монополии. Прямое установление цен на продукцию естественных монополий. |

1. **Разделы дисциплины и виды учебной работы:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование разделов дисциплины | Виды учебной работы | Всегочасов |
| Л | СЗ | СРС |
| 1 | Предмет и задачи дисциплины | 2 | 2 | 4 | 8 |
| 2 | Экономическое содержание цены | 2 | 6 | 8 | 16 |
| 3 | Формирование цен на макроуровне | 2 | 4 | 8 | 14 |
| 4 | Стратегия ценообразования на основе маркетинга | 2 | 4 | 10 | 16 |
| 5 | Методология ценообразования на пр | 2 | 4 | 10 | 16 |
| 6 | Государственное регулирование цен | 2 | 4 | 10 | 16 |
| Консультация | **2** |
| Контроль | **18** |
| Контрольная работа | **+** |
| Всего: | **108** |

**6. Учебно-методическое и информационно-коммуникационное обеспечение дисциплины**

**Основная литература**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Кол-во экземпляров |
| библиотека | кафедра |
| 1. | Маркетинговое ценообразование и анализ цен : учебное пособие / Л.А. Данченок [и др.].. — Москва : Евразийский открытый институт, 2008. — 180 c. — ISBN 978-5-374-00225-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/10713.html (дата обращения: 27.06.2021). | 1 | - |
| 2. | Лев М.Ю. Цены и ценообразование : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Мировая экономика», «Налоги и налогообложение» / Лев М.Ю.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 382 c. — ISBN 978-5-238-02643-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/81589.html (дата обращения: 27.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 | - |

* 1. **Дополнительная литература**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Кол-во экземпляров |
| библиотека | кафедра |
| 1. | Курс по ценам и ценообразованию / . — Новосибирск : Сибирское университетское издательство, Норматика, 2016. — 119 c. — ISBN 978-5-4374-0398-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https://www.iprbookshop.ru/65260.html (дата обращения: 25.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей](https://www.iprbookshop.ru/65260.html%20%28%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%B0%20%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F%3A%2025.05.2024%29.%20%E2%80%94%20%D0%A0%D0%B5%D0%B6%D0%B8%D0%BC%20%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%B0%3A%20%D0%B4%D0%BB%D1%8F%20%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D1%80.%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B9) | 25 | - |
| 2. | Алексеев С.В. Спортивный маркетинг. Правовое регулирование [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Маркетинг», «Юриспруденция» и «Физическая культура и спорт»/ Алексеев С.В.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 647 c.— Режим доступа: [http://www.iprbookshop.ru/81564.html.— ЭБС «IPRbooks»](http://www.iprbookshop.ru/81564.html.%E2%80%94%20%D0%AD%D0%91%D0%A1%20) | 1 | - |
| 3. | Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Мазилкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2012.— 197 c.— Режим доступа: [http://www.iprbookshop.ru/4983.html.— ЭБС «IPRbooks»](http://www.iprbookshop.ru/4983.html.%E2%80%94%20%D0%AD%D0%91%D0%A1%20) | 1 | - |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Кол-во экземпляров |
| библиотека | кафедра |
| 1. | Лунева Е.А. Современные маркетинговые технологии [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лунева Е.А.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный технический университет, 2017.— 112 c.— Режим доступа: [http://www.iprbookshop.ru/78471.html.— ЭБС «IPRbooks»](%20http%3A/www.iprbookshop.ru/78471.html.%E2%80%94%20%D0%AD%D0%91%D0%A1%20) | 1 | - |
| 2. | Пичурин И.И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг»/ Пичурин И.И., Обухов О.В., Эриашвили Н.Д.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 383 c.— Режим доступа: [http://www.iprbookshop.ru/71036.html.— ЭБС «IPRbooks»](http://www.iprbookshop.ru/71036.html.%E2%80%94%20%D0%AD%D0%91%D0%A1%20) | 1 | - |

**7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет». Информационно-справочные и поисковые системы. Современные профессиональные базы данных.**

1. Антиплагиат: российская система обнаружения текстовых заимствований https://antiplagiat.ru/
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации https://minobrnauki.gov.ru/
3. Министерство спорта Российской Федерации http://www.minsport.gov.ru/
4. Московская государственная академия физической культуры https://mgafk.ru/
5. Образовательная платформа МГАФК (SAKAI) https://edu.mgafk.ru/portal
6. Сервис организации видеоконференцсвязи, вебинаров, онлайн-конференций, интерактивные доски МГАФК https://vks.mgafk.ru/
7. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки http://obrnadzor.gov.ru/ru/
8. Федеральный портал «Российское образование» http://www.edu.ru
9. Электронная библиотечная система ЭЛМАРК (МГАФК) http://lib.mgafk.ru
10. Электронно-библиотечная система «Юрайт» https://urait.ru/
11. Электронно-библиотечная система Elibrary https://elibrary.ru
12. Электронно-библиотечная система IPRbooks http://www.iprbookshop.ru
13. Электронно-библиотечная система РУКОНТ https://lib.rucont.ru
14. **Материально-техническое обеспечение дисциплины:**
	1. *Перечень специализированных аудиторий (спортивных сооружений), имеющегося оборудования и инвентаря, компьютерной техники*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п\п** | **Наименование дисциплины** **в соответствии****с УП** | **Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы** | **Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы** |
| 1 | Цены и ценообразование | Аудитория для проведения занятий лекционного типа (лекционный зал № 1, № 2) | Электронно-интерактивная доска, мультимедийное оборудование, колонки для усиления звука, микрофоны, экран, демонстрационные учебно-наглядные пособия |
| Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, текущей и промежуточной аттестации (1-101) | Мультимедийное оборудование, экран, демонстрационные учебно-наглядные пособия |
| Аудитория для групповых и индивидуальных консультаций (1-216) | Компьютер с выходом в интернет, МФУ, учебно-методическая литература |
| Помещение для самостоятельной работы (1-216) | Компьютер с выходом в интернет, МФУ, учебно-методическая литература |

* 1. *Программное обеспечение:*

В качестве программного обеспечения используется офисное программное обеспечение с открытым исходным кодом под общественной лицензией GYULGPL Libre Office или одна из лицензионных версий «Microsoft Office».

Для контроля знаний обучающихся используется «Программный комплекс для автоматизации процессов контроля текущей успеваемости методом тестирования и для дистанционных технологий в обучении», разработанный ЗАО «РАМЭК-ВС».

*8.3 Изучение дисциплины инвалидами и обучающимися с ограниченными возможностями здоровья* осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья обучающихся. Для данной категории обучающихся обеспечен беспрепятственный доступ в учебные помещения Академии. Созданы следующие специальные условия:

*8.3.1. для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:*

*-* обеспечен доступ обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими к зданиям Академии;

- электронный видео увеличитель "ONYX Deskset HD 22 (в полной комплектации);

**-** портативный компьютер с вводом/выводом шрифтом Брайля и синтезатором речи;

**-** принтер Брайля;

**-** портативное устройство для чтения и увеличения.

*8.3.2. для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:*

*-* акустическая система Front Row to Go в комплекте (системы свободного звукового поля);

*-* «ElBrailleW14J G2;

**-** FM- приёмник ARC с индукционной петлей;

- FM-передатчик AMIGO T31;

- радиокласс (радиомикрофон) «Сонет-РСМ» РМ- 2-1 (заушный индуктор и индукционная петля).

*8.3.3. для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:*

*-* автоматизированное рабочее место обучающегося с нарушением ОДА и ДЦП (ауд. №№ 120, 122).*Приложение к рабочей программе дисциплины*

*«Цены и ценообразование»*

Министерство спорта Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Московская государственная академия физической культуры»

Кафедра управления и экономики физической культуры, спорта и туризма

УТВЕРЖДЕНО

решением Учебно-методической комиссии

протокол № 5/24 от «17» июня 2024 г.

Председатель УМК,

проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.П.Морозов

«17» июня 2024 г

**Фонд оценочных средств**

**по дисциплине**

**«ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»**

**Направление подготовки**

[**38.03.02**](http://mgafk.ru/uchebnie_materiali/download/034300.62annotatsiioop.pdf) **«МЕНЕДЖМЕНТ»**

**ОПОП:**

*«Менеджмент организации»*

**Квалификация выпускника**

*бакалавр*

**Форма обучения**

очная

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры

 (протокол № 15 от «22» мая 2024 г.)

ВИО Заведующего кафедрой,

 канд. экон. наук, доцент

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ И.Л.Димитров

«22» мая 2024г.

Малаховка, 2024

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

1. **Паспорт фонда оценочных средств**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Компетенция | Трудовые функции (при наличии) | ЗУНы | Индикаторы достижения***(проверяемые действия)*** |
| *УК-2* | Е/03.8Оценка качества нормативной базы, требований профессиональной этики и методов внутреннего контроляЕ/04.8Контроль и координация деятельности систем внутреннего контроля на всех уровнях управления экономическим субъектом | **Знания:**- Сущность цены как экономической категории, состав, структуру и функции цены**Умения:**- Определять ценовую стратегию предприятия с учетом специфики его деятельности и структуры рынка**Навыки и/или опыт деятельности:**-  Владения специальной терминологией настоящей учебной дисциплины | **Знает:**- Сущность цены как экономической категории, состав, структуру и функции цены**Умеет:**- Определять ценовую стратегию предприятия с учетом специфики его деятельности и структуры рынка**Имеет опыт:** - Владения специальной терминологией настоящей учебной дисциплины |
| *ПК-1* |  **Знания:**-- Систему ценообразующих факторов и их роль в практике ценообразования**Умения:**- Принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства**Навыки и/или опыт деятельности:**- Инструментарием статистики цен | **Знает:**-- Систему ценообразующих факторов и их роль в практике ценообразования**Умеет:**- Принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства**Имеет опыт:** - Владения инструментарием статистики цен |

**2.Типовые контрольные задания:**

* 1. ***Перечень вопросов для промежуточной аттестации***

**2.1.1. Перечень вопросов для экзамена:**

1.Основные теоретические концепции цены

2. Система цен в экономике, принципы дифференциации цен. Виды и

функции цен.

3. Состав и структура цены.

4. Государственное регулирование цен.

5. Саморегулирование цен. Общественное регулирование цен.

6. Инфляция и методы ее измерения в России.

7. Формы и методы воздействия государства на цены.

8. Регулирование цен в зарубежных странах.

9. Ценообразование в условиях совершенной конкуренции.

10. Ценообразование в условиях монополистической конкуренции.

11. Ценообразование на олигополистическом рынке.

12. Ценообразование в условиях монополии.

13. Цены на продукцию естественных монополий и методы их

регулирования.

14. Цели ценовой политики и принципы ценообразования.

15. Политика цен жизненного цикла товара.

16. Тактические аспекты ценовой политики.

17. Политика цен на новые изделия.

18. Ценообразование в рамках товарной номенклатуры.

19. Скидки как инструмент ценовой политики предприятия.

20. Установление цен по географическому принципу.

21. Установление цен для стимулирования сбыта.

22. Установление дискриминационных цен.

23. Учет налогов в цене продукции.

24. Учет инфляции при ценообразовании.

25. Учет коммунальных платежей в цене готовой продукции.

26. Этапы разработки ценовой стратегии. Выбор типа ценовой стратегии.

27. Стратегия премиального ценообразования. Стратегия ценового

прорыва. Стратегия нейтрального ценообразования.

28. Затратное ценообразование.

29. Ценообразование с учетом ценности товара.

30. Ценообразование и стратегия конкуренции.

31. Эконометрические методы определения цен.

32. Определение цены для целей налогообложения.

33. Трансфертные цены и методы их определения.

34. Математико-статистические методы и их применение в прикладных

специфических задачах ценообразования

35. Принятие решений предприятием с учетом предстоящих изменений

затрат, цен и безубыточности производства; определение структуры

продукции с учетом лимитирующего фактора.

36. Целесообразность снижение и повышения цен. Реакция предприятия на

изменение цен конкурентов.

37. Установление цен на продукцию топливно-энергетического и

минерально-сырьевого комплексов.

38. Особенности ценообразования на рынке машин и оборудования.

Ценообразование на продукцию строительства.

39. Тарифы на услуги транспортного комплекса.

40. Специфика ценообразования на рынке услуг.

41. Ценообразование на рынке страховых услуг.

42. Ценообразование в общественном питании.

43. Ценообразование на рынке ценных бумаг.

44. Специфика ценообразования на рынке технологий и ноу-хау.

45. Специфика ценообразования на программные продукты.

46. Цены мирового рынка: понятие, критерии определения.

47. Понятие контрактной цены и способы ее фиксации. Таможенные

платежи.

48. Определение таможенной стоимости ввозимых товаров. Определение

таможенной стоимости вывозимых товаров.

49. Формирование цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.

50. Ассортиментная политика предприятия и ценообразование.

51. Пакетное ценообразование. Ценообразование с учетом фактора

времени.

52. Ценообразование и электронная торговля.

53. Ценообразование и оценка бизнеса.

54. Методы расчета средних цен.

55. Способы выравнивания рядов средних цен.

56. Индексы сезонности.

57. Индекс потребительских цен и дефлятор валового внутреннего

продукта.

58. Разработка структур цен.

**ТЕМЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ**

1. Теории стоимости и цены и возможности их использования в практике ценообразования.

2. Виды цен внутреннего рынка, сфера их применения.

3. Мировые цены, практика их применения.

4. Методы регулирования цен на продукцию предприятий монополистов.

5. Полные, прямые, [постоянные затраты](https://pandia.ru/text/category/zatrati_postoyannie/) и их использование при определении свободных [отпускных цен](https://pandia.ru/text/category/otpusknaya_tcena/).

6. Участие цен в перераспределительных процессах.

7. Роль цен в решении социальных вопросов.

8. Цены в экспортных и импортных сделках.

9. Классификация Инкотермс-90 и ее значение для определения [внешнеторговых](https://pandia.ru/text/category/vneshnyaya_torgovlya/) цен.

10. Регулирование цен на продукцию [естественных монополий](https://pandia.ru/text/category/estestvennaya_monopoliya/).

11. Государственное регулирование цен в зарубежных странах.

12. Правовые основы ценообразования.

13. Состав и структура цены.

14. Виды скидок, применяемых в ценообразовании.

15. Определение в цене экономических интересов производителя, посредника, покупателя.

16. Цены товарных аукционов и торгов.

17. Наценки (скидки) посредников в цене.

18. Себестоимость в составе цены.

19. Прибыль и рентабельность в составе цены.

20. Прямые и [косвенные налоги](https://pandia.ru/text/category/kosvennie_nalogi/) в составе цены.

21. Динамика цен, показатели ее отражающие.

22. Формы и способы борьбы с инфляцией в России.

23. Ценовая информация.

24. Ценовая политика и ценовая стратегия фирмы.

25. Затратное ценообразование, его достоинства и недостатки.

26. Формирование цен с учетом конкуренции.

27. Основы формирования ценовой стратегии.

28. Учет [безубыточности](https://pandia.ru/text/category/bezubitochnostmz/) при определении и изменении цен.

29. Стратегия премиального ценообразования.

30. Политика цен [жизненного цикла товара](https://pandia.ru/text/category/zhiznennij_tcikl_tovara/).

31. Нормативно-параметрическое ценообразование.

32. Определение цен с ориентацией на спрос.

33. Структура цен на продукцию отечественных и зарубежных фирм.

34. Объекты и субъекты ценообразования.

35. Экономическое и административное воздействие на цены.

36. Анализ цен и качества товаров предприятий конкурентов.

37. Ценовая политика и реклама фирмы.

38. Организация контроля за соблюдением дисциплины цен.

39. Экономический анализ в ценообразовании.

40. Ценообразование и [оплата труда](https://pandia.ru/text/category/oplata_truda/).

41. Виды цен и источники информации о ценах.

42. Биржевые котировки цен.

43. Ценовые риски.

44. Цена и качество товара.

45. Взаимодействие цен и налогов.

46. Налог на [добавленную стоимость](https://pandia.ru/text/category/dobavlennaya_stoimostmz/) в составе цены.

47. Акцизы в составе цены.

48. Ценообразование и инфляция.

49. Взаимозависимость цен и [денежного обращения](https://pandia.ru/text/category/denezhnoe_obrashenie/).

**ВОПРОСЫ ДЛЯ КОЛЛОКВИУМА**

1. Сформулируйте определение экономической сущности цены.

2. Как реализуется цена и полезность товара в рыночной экономике?

3. Как государство воздействует на цены? Какие экономические рычаги при этом используются?

4. Дайте определение системы цен.

5. Назовите основные подсистемы действующей системы цен.

6. Охарактеризуйте, как формируется динамика цен в условиях рынка.

7. Назовите виды цен в зависимости от порядка возмещения транспортных расходов по доставке

грузов. Дайте их характеристику.

8. Какие существуют виды цен, определяемых способом регулирования рыночной экономики.

9. Как различаются виды цен в зависимости от типа рынка?

10. Какое место в системе в системе экономических законов рыночной экономики занимает закон стоимости и почему?

11. Проанализируйте взаимосвязь категорий: стоимость -

12. Общественно необходимые затраты труда - общественно-необходимое рабочее время - цена.

13. Что такое функции цен?

14. Охарактеризуйте учѐтную функцию цен в рыночной экономике.

15. В чѐм проявляется взаимосвязь цен и инфляции?

25

16. Охарактеризуйте механизм стимулирования через систему цен в рыночной экономике.

17. В чѐм заключается механизм перераспределения через систему цен?

18. В чѐм сложность ценообразования? Дайте определение понятия «ценообразование»

19. Назовите методы используемые в ценообразовании.

20. Охарактеризуйте параметрический метод и сферу его применения.

21. В чѐм суть метода прямого калькулирования и область его применения.

22. Охарактеризуйте метод ценообразования на основе средних издержек и норматива прибыли.

какими факторами обуславливается уровень рентабельности в цене?

23. Какими факторами обуславливается уровень рентабельности в цене?

24. Когда возникает дефицит товара на рынке: при установлении цены выше или ниже равновесной?

25. Как формируются цены в оптовой торговле?

26. В чѐм заключается специфика установления цены на подакцизные товары?

27. Как устанавливаются цены на продукцию (услуги) естественных монополий?

28. Охарактеризуйте взаимосвязь финансово-кредитных отношений с ценообразованием.

29. Проанализируйте положительное и отрицательное влияние цен и их динамики на госбюджет.

30. В чѐм состоит роль цен в формировании финансов на уровне предприятия в рыночной

экономике?

31. Охарактеризуйте роль себестоимости в формировании финансов предприятия.

32. В чѐм состоит взаимовлияние цен и денежного обращения?

33. Какие факторы формируют процентную ставку в рыночной экономике.

34. В чѐм роль товарных бирж в формировании рыночных цен?

35. Охарактеризуйте значение системы налогообложения и еѐ взаимосвязь с ценами.

36. Назовите экономические рычаги регулирования внешнеэкономической деятельности государством.

37. Какие методы используются передовыми развитыми странами в экономическом регулировании?

* 1. ***Тестовые задания***

1. Регулирование цен государством позволяет:

 сдерживать неоправданный рост цен;

 смягчать воздействие инфляционных процессов;

 ограничивать конкуренцию;

 стимулировать инвестиции.

2. Основными методами регулирования естественных монополий:

 прямое определение цен (тарифов);

 определение предельного уровня цен (тарифов);

 определение потребителей для обязательного обслуживания;

 установление торговых надбавок.

3. Сущность цены как экономической категории отражается в следующих функциях:

 учетно-измерительной;

 стимулирующей;

 определительной;

 регулирующей;

 распределительной.

4. К методам административного регулирования цен относятся:

 установление предельного уровня рентабельности;

 установление предельного коэффициента изменения;

 декларирование цен;

 установление биржевых котировок.

5. К затратным методам установления цены относятся:

 издержки плюс прибыль;

 тендерный;

 обеспечения целевой прибыли;

 рентабельности инвестиций.

6. К недостаткам затратного метода относятся:

 не отражает меры ценности товара для потребителя;

 не способствует развитию конкуренции;

 не учитывает уровень спроса на товар;

 не отражает величину бухгалтерских затрат.

7. Систему цен характеризуют следующие параметры:

 уровень;

 структура;

 динамика;

 эмерджентность.

8. Взаимосвязь и взаимозависимость цен, образующих единую систему, обусловлены следующими обстоятельствами:

 формированием цен на единой методологической основе;

 взаимосвязью производства предприятий;

 взаимосвязью отраслей;

 формированием государственного заказа.

34

9. В качестве основных ценообразующих факторов выступают:

 издержки производства;

 издержки реализации;

 спрос и предложение;

 прибыль;

 покупательная способность денег;

 конкуренция;

 государственное регулирование цен;

 диверсификация.

10. В качестве основных типологических признаков классификации цен выступают:

 форма продаж;

 отражение транспортных расходов;

 обслуживаемая сфера товарного обращения;

 степень регулирования;

 степень устойчивости во времени;

 стадии продаж;

 производственная инфраструктура.

11. Задачами ценовой стратегии фирмы являются:

 завоевание рынка;

 обеспечение выживаемости;

 максимизация прибыли;

 завоевание лидерства на рынке;

 обеспечение квантификации.

12. Мировой опыт установления цен выделяет следующие наиболее эффективные рыночные стратегии:

 низких цен;

 средних цен;

 высоких цен;

 целевых цен;

 льготных цен;

 трансфертных цен.

13. Абсолютный уровень цен увеличивают следующие налоги и сборы:

 налог на добавленную стоимость;

 налог на прибыль;

 акцизы;

 таможенные сборы.

14. Уровень торговой скидки определяется следующими факторами:

 величиной торговых затрат;

 уровнем рентабельности;

 объемом продаж;

 уровнем продажной цены.

15. Основоположником стоимостной формы представления потребительских свойств не

признан:

 А.Смит;

 Д.Рикардо;

 А.Маршалл;

 Й.Шумпетер;

35

 Д.Кейнс.

16. Цена нижнего предела это не:

 самая низкая цена на рынке;

 цена равная издержкам производства;

 трансфертная цена;

 цена контрагентная;

 цена покрывающая издержки и обеспечивающая минимальную прибыль.

17. Эконометрические методы определения цен это не:

 метод удельных показателей;

 метод регрессионного анализа;

 балловый метод;

 агрегатный метод;

 географический метод.

18. Продолжите определение категории цены. «Цена – это:

 количественное соотношение спроса и предложения»;

 сумма денег за товар»;

 денежное выражение качества товара»;

 совокупность денежных отношений, возникающих по поводу образования и использования целевых фондов денежных средств»;

 инструмент коммерческой политики фирмы».

19. В состав отпускной цены предприятия входят:

 затраты на производство продукции;

 затраты на реализацию продукции;

 прибыль предприятия;

 снабженческо-сбытовая надбавка.

20. Существуют следующие виды скидок на продукцию:

 сезонные;

 кумулятивные;

 за оплату наличными;

 за пробную партию.

* 1. ***Рекомендации по оцениванию результатов достижения компетенций***

***Критерии оценки промежуточной аттестации:***

Выставление оценок на экзамене осуществляется на основе принципов объективности, справедливости, всестороннего анализа уровня знаний студентов.

**Критерии оценки на экзамене:**

Средняя оценка выставляется экзаменатором по медиане оценок за ответ на каждый вопрос и с учетом оценок за дополнительные вопросы.

* Оценка **«отлично»** выставляется, если студент без ошибок ответил на два вопроса билета, и также ответил на два дополнительных вопроса, заданных с целью раскрытия полного понимания студентом содержания дисциплины;
* Оценка **«хорошо»** выставляется, если студент при ответе на два вопроса билета допустил не более двух неточностей/ошибок, а также неуверенно ответил на два дополнительных вопроса;
* Оценка **«удовлетворительно»** выставляется, если студент при ответе на два вопроса билета допустил три-четыре незначительные ошибки/неточности, а также неуверенно ответил на два дополнительных вопроса;
* Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется, если студент при ответе на два вопроса билета допустил четыре ошибки, а также не ответил на два дополнительных вопроса, что свидетельствует об отсутствии знаний у студента в соответствии с ФГОС ВО и программой обучения по данной дисциплине.

**Критерии оценки контрольных работ:**

* Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если содержание контрольной работы полностью раскрывает избранную тему, работа носит творческий характер, содержит большое количество (до 10 ед.) использованных источников, копирование из интернета сведено до минимума.
* Оценка **«хорошо»** выставляется студенту при раскрытии темы контрольной работы.
* Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту при представлении контрольной работы по избранной теме и 50% ответов на вопросы преподавателя.
* Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту при отсутствии контрольной работы, доклада, сообщения по заданной теме и при отсутствии знаний в соответствии с ФГОС ВО и программой обучения по данной дисциплине.

**Критерии оценки сдачи коллоквиума:**

- Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если при ответе на вопросы коллоквиума даны полные ответы на все поставленные в задании вопросы;

- Оценка **«хорошо»** выставляется студенту при правильных ответах на все вопросы, за исключением одного;

- Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту при ответе на половину вопросов коллоквиума;

- Оценка **«неудовлетворительно**» выставляется студенту при отсутствии правильных ответов на вопросы коллоквиума.

**Критерии оценки тестовых заданий:**

* Для прохождения тестирования студент должен дать правильные ответы, минимум на 60% вопросов, представленных в тестировании;
* Если студент не ответил на половину вопросов теста, то тест считается не пройденным.
* при установлении логических взаимосвязей, допускает ошибки при использовании научной терминологии.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Формируемые компетенции | Соотнесенные профессиональные стандарты | Обобщенные трудовые функции | Трудовые функции (при наличии) | ЗУН | Индикаторы достижения***(проверяемые действия)*** |
| *УК-2* | **СВК 08.006**  | **Е**Организация и контроль текущей деятельности системы внутреннего контроля экономического субъекта | Е/03.8Оценка качества нормативной базы, требований профессиональной этики и методов внутреннего контроляЕ/04.8Контроль и координация деятельности систем внутреннего контроля на всех уровнях управления экономическим субъектом | **Знания:**- Сущность цены как экономической категории, состав, структуру и функции цены | **Знает:**- Сущность цены как экономической категории, состав, структуру и функции цены |
| **Умения:**- Определять ценовую стратегию предприятия с учетом специфики его деятельности и структуры рынка | **Умеет:**- Определять ценовую стратегию предприятия с учетом специфики его деятельности и структуры рынка |
| **Навыки и/или опыт деятельности:** - Владения специальной терминологией настоящей учебной дисциплины | **Имеет опыт:** - Владения специальной терминологией настоящей учебной дисциплины  |
| *ПК-1* | **Знания:**-- Систему ценообразующих факторов и их роль в практике ценообразования | **Знает:**-- Систему ценообразующих факторов и их роль в практике ценообразования |
| **Умения:**- Принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства | **Умеет:**- Принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства |
| **Навыки и/или опыт деятельности:** - Инструментарием статистики цен | **Имеет опыт:** - Владения инструментарием статистики цен  |