



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП

 А.А. Кравченко
(подпись) (Ф.И.О. рук. ОП)
« 21 » января 2016 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующая кафедрой
маркетинга, коммерции и логистики

 И.М. Романова
(подпись) (Ф.И.О. зав. каф)
« 21 » января 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление ценообразованием

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

профиль «Бизнес-аналитика и статистика»

Форма подготовки очная

курс 1 семестр 2

лекции 36 час.

практические занятия 36 час.

лабораторные работы - час.

в том числе с использованием МАО лек.- /пр. 18 час. /лаб.- час.

всего часов аудиторной нагрузки 72 час.

в том числе с использованием МАО 18 час.

самостоятельная работа 72 час.

в том числе на подготовку к экзамену 27 час.

контрольные работы (количество)

курсовая работа / курсовой проект - семестр

зачет - семестр

экзамен 2 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12.11.2015 № 1327.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики, протокол №1 от «21» января 2016 г.

Заведующий кафедрой маркетинга, коммерции и логистики Романова И.М.

Составитель: канд. экон. наук, доцент Коваль И.В.

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

ABSTRACT

Bachelor's in 38.03.01 Economics

Course title: Pricing Management

Variable part of Block 1, 4 credits

Instructor: Koval Irina Vasilevna, Candidate of Economic Sciences

At the beginning of the course a student should be able to:

- the ability to use modern methods and technologies (including information) in professional activities;
- the ability to use the basics of economic knowledge in assessing the effectiveness of the results of activities in various fields;
- possession of the culture of thinking, the ability to generalize, analyze, perception of information, setting goals and choosing ways to achieve it.

Learning outcomes:

- the ability to use the basics of economic knowledge in assessing the effectiveness of the results of activities in various fields (GC-2)
- the ability to manage trade and technological processes at the enterprise, regulate storage processes, conduct an inventory, determine and minimize the costs of material and labor resources, as well as take into account and write off losses (PC-2).

Course description: price as an economic category, pricing factors, composition and structure of prices and pricing principles, pricing methods, pricing policies, pricing strategies, tactical aspects of pricing

Main course literature:

1. Rumyantseva, A.Yu., Slans, V.P. Prices and pricing [Tseny i tsenoobrazovaniye]. - St. Petersburg: IEO SPbUTI, 2010. - 235 p. - Access mode: <https://e.lanbook.com/book/63934>
2. Metelev, S.E. Chizhik, V.P. Finance of trade organizations: Tutorial [Finansy torgovykh organizatsiy]. - M.: Forum, SIC INFRA-M, 2015. - 200 p. : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=515187>

3. Gorina G.A. Pricing [Tsenoobrazovaniye]. - M.: UNITY-DANA, 2015. - 127 p. - <http://znanium.com/catalog/product/883802>

4. Kosinova, Ye.A. Belkina, E.N. Kazarova, A.Ya. Pricing: Theory and Practice [Tsenoobrazovaniye: teoriya i praktika]. - Stavropol: AGRUS, 2012. - 160 p. - <http://znanium.com/catalog/product/515051>

5. Slepov, V.A. Nikolaev, T.E. Pricing: Study Guide [Tsenoobrazovaniye]. - M.: Master: SIC INFRA-M, 2013. - 144 p. <http://znanium.com/catalog/product/404389>

Form of final knowledge control: exam

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управление ценообразованием»

Учебный курс «Управление ценообразованием» предназначен для студентов направления 38.03.01 Экономика профиль подготовки «Бизнес-аналитика и статистика».

Дисциплина «Управление ценообразованием» включена в состав вариативной части дисциплин по выбору блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часов, в том числе 27 часа на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 2 семестре.

Дисциплина «Управление ценообразованием» основывается на знаниях дисциплины «Математика», «Микроэкономика» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Экономический анализ», «Экономика предприятия».

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: цена как экономическая категория, ценообразующие факторы, состав и структура цены и принципы ценообразования, методы ценообразования, ценовая политика, стратегии ценообразования, тактические аспекты ценообразования.

Цель изучения дисциплины – сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков, необходимых для глубокого понимания сути и особенностей принятия решений по ценообразованию в компаниях розничной торговли, организации продаж при принятии эффективных ценовых решений.

Задачи:

1 Освоение содержания понятий цена и ценообразование в современных условиях;

- 2 Изучение ценообразующих факторов;
- 3 Приобретение навыков оценки структуры и динамики цен;
- 4 Приобретение навыков обоснования цен с использованием различных методов ценообразования.

Для успешного изучения дисциплины «Управление ценообразованием» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируются следующие общекультурные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию (формируется частично)	Знает	методы, приемы и средства саморазвития, повышения квалификации и мастерства в области ценообразования
	Умеет	критически оценивать свои достоинства и недостатки, заниматься самообразованием и саморазвитием
	Владеет	приемами саморазвития и повышения квалификации в области ценообразования, критической самооценки, средствами развития своих достоинств и преодоления недостатков
ОПК-2 способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач (формируется частично)	Знает	основные понятия и теоретические положения, методы анализа, систематизации и обобщения учебной информации, цели и пути их достижения в области ценообразования
	Умеет	применять научные термины, формулировать цели, анализировать и обобщать учебную информацию в области ценообразования

	Владеет	методами анализа, систематизации и обобщения данных, навыками формирования целей, задач и поиска путей их достижения
ОПК-3 способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы <i>(формируется частично)</i>	Знает	категориальный (понятийный) аппарат, основные понятия, термины, формулы, относящиеся к области ценообразования; отечественный и зарубежный опыт в области государственного регулирования цен
	Умеет	прогнозировать и решать возникающие в практической деятельности вопросы ценообразования; рассчитывать цены на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы;
	Владеет	терминологией дисциплины; навыками логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь
ОПК-4 способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность <i>(формируется частично)</i>	Знает	структуру себестоимости, механизмы формирования цен на товары, виды стратегий ценообразования.
	Умеет	выбирать оптимальную стратегию и тактику ценообразования, формировать цены на новые товары, разрабатывать систему скидок, осуществлять мониторинг рыночных цен
	Владеет	методами выбора оптимальной цены, методами оценки рыночной позиции фирмы в условиях конкурентной борьбы
ПК-1 способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов <i>(формируется частично)</i>	Знает	методы формирования цен и проведения ценовой политики; виды цен; порядок ценообразования с учетом требований экономических законов рыночной экономики
	Умеет	анализировать во взаимосвязи экономические явления и процессы ценообразования на микро- и макроуровне; выявлять проблемы формирования цен, предлагать способы их решения с учетом особенностей рыночной структуры; анализировать и интерпретировать данные статистики по вопросам, связанным с процессом формирования цен, выявлять тенденции изменения показателей;
	Владеет	методами расчета цен, умениями обосновывать ценовую стратегию компании

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление ценообразованием» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: дискуссия, коллоквиум, кейс-задача, реферат.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Тема 1. Цена как экономическая категория (4 час.)

Цена и полезность товара. Цена и ценность. Место и роль цены в рыночной экономике. Законы спроса и предложения. Факторы, определяющие динамику и структуру цен. Экономические функции цены. Регулирование цен в рыночном хозяйстве.

Тема 2. Ценообразующие факторы (6 час.)

Взаимодействие цены и спроса. Кривая спроса. Взаимосвязь цены и предложения. Виды равновесия спроса и предложения. Определение равновесной цены и ее динамика. Эластичность спроса от цены, методы ее определения и учет в ценообразовании. Состояние финансово-кредитной сферы и ее воздействие на уровень и динамику цен. Влияние потребителей на уровень цен. Влияние участников каналов товародвижения на цены. Конкуренция и ее воздействие на уровень цен. Воздействие издержек на уровень и динамику цен.

Тема 3. Состав и структура цены и принципы ценообразования (6 час.)

Определение системы цен. Взаимосвязь и взаимозависимость различных видов цен. Виды цен и их классификация. Виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения. Оптовые (отпускные) цены предприятия (цены изготовителя продукции) и оптовые цены промышленности, розничные цены. Цены биржи, аукционные цены, цены торгов. Понятие о составе и структуре цены. Виды цен в зависимости от вида рынка. Внутрифирменные цены (трансфертные цены). Особенности формирования цен на экспортируемые и импортируемые товары. Контрактные цены. Таможенные пошлины.

Тема 4. Методы ценообразования (6 час.)

Характеристика альтернативных подходов к ценообразованию: противоречия затратного и ценностного ценообразования. Сущность

затратного ценообразования. Расчет цен на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли. Рыночные методы ценообразования. Метод определения цен, ориентированный на нахождение равновесия между издержками производства и состоянием рынка. Методы ценностного ценообразования. Условия и предпосылки применения маркетинговых методов ценообразования. Эконометрические методы ценообразования. Экспертные методы ценообразования.

Тема 5. Ценовая политика (4 час.)

Разработка ценовой политики предприятия. Цели ценовой политики. Условия возможных отклонений цен организации от принятой ею ценовой политики.

Тема 6. Стратегии ценообразования (4 час.)

Основные стратегии ценообразования. Этапы разработки ценовой стратегии. Стратегии конкурентного ценообразования: стратегия ценового прорыва, стратегия премиального ценообразования, стратегия нейтрального ценообразования. Стратегии ассортиментного ценообразования. Стратегии дифференцированного ценообразования. Ценовые факторы выбора конкурентной стратегии и условия эффективной политики снижения цен.

Тема 7. Тактические аспекты ценообразования (6 час.)

Элементы тактики ценообразования. Скидки. Типы и виды скидок. Механизм расчета фактических цен сделок. Использование надбавок к цене в коммерческой деятельности организации. Стадии «жизненного цикла» товара (ЖЦТ) и их взаимосвязь с ценой. Страхование цены.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

**Практические занятия (36 час., в том числе 18 час. с
использованием методов активного обучения)**

Занятие 1-2. Цена как экономическая категория (4 час.)

1. Место и роль цены в рыночной экономике.
2. Законы спроса и предложения.
3. Факторы, определяющие динамику и структуру цен.
4. Экономические функции цены.

Занятие 3-5. Ценообразующие факторы (6 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – разноуровневые задачи, реферат (2 час.)

1. Кривая спроса. Взаимосвязь цены и предложения.
2. Виды равновесия спроса и предложения. Определение равновесной цены и ее динамика.
3. Эластичность спроса от цены, методы ее определения и учет в ценообразовании.
4. Влияние потребителей на уровень цен. Влияние участников каналов товародвижения на цены.

Занятие 6-8. Состав и структура цены и принципы ценообразования (6 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – разноуровневые задачи, дискуссия, проект (4 час.)

1. Виды цен и их классификация.
2. Оптовые (отпускные) цены предприятия (цены изготовителя продукции) и оптовые цены промышленности, розничные цены.
3. Цены биржи, аукционные цены, цены торгов.
4. Понятие о составе и структуре цены.
5. Виды цен в зависимости от вида рынка.
6. Контрактные цены. Таможенные пошлины.

Занятие 9-11. Методы ценообразования (6 час.)

1. Сущность затратного ценообразования.
2. Расчет цен на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли.
3. Рыночные методы ценообразования.

4. Метод определения цен, ориентированный на нахождение равновесия между издержками производства и состоянием рынка.

5. Методы ценностного ценообразования.

6. Эконометрические методы ценообразования.

7. Экспертные методы ценообразования.

Занятие 12-13. Ценовая политика (4 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – разноуровневые задачи, дискуссия, проект (4 час.)

1. Разработка ценовой политики предприятия.

2. Цели ценовой политики.

3. Условия возможных отклонений цен организации от принятой ею ценовой политики.

Занятие 14-15. Стратегии ценообразования (4 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – разноуровневые задачи, дискуссия, кейс-задача (4 час.)

1. Основные стратегии ценообразования. Этапы разработки ценовой стратегии.

2. Стратегии конкурентного ценообразования: стратегия ценового прорыва, стратегия премиального ценообразования, стратегия нейтрального ценообразования.

3. Стратегии ассортиментного ценообразования.

4. Стратегии дифференцированного ценообразования.

5. Ценовые факторы выбора конкурентной стратегии и условия эффективной политики снижения цен.

Занятие 16-18. Тактические аспекты ценообразования (6 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – дискуссия, коллоквиум (4 час.)

1. Скидки. Типы и виды скидок.

2. Механизм расчета фактических цен сделок.

3. Стадии «жизненного цикла» товара (ЖЦТ) и их взаимосвязь с ценой.

4. Страхование цены.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Управление ценообразованием» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	Тема 1. Цена как экономическая категория Тема 2. Ценообразующие факторы	ОК-7	знает методы, приемы и средства саморазвития, повышения квалификации и мастерства в области ценообразования	Дискуссия (УО-4)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
			умеет критически оценивать свои достоинства и недостатки, заниматься самообразованием и саморазвитием	Реферат (ПР-4)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
			владеет приемами саморазвития и повышения квалификации в области ценообразования, критической самооценки, средствами развития	Проект (ПР-9)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50

			своих достоинств и преодоления недостатков		
2	Тема 4. Методы ценообразования Тема 5. Ценовая политика	ОПК-2	знает основные понятия и теоретические положения, методы анализа, систематизации и обобщения учебной информации, цели и пути их достижения в области ценообразования	Дискуссия (УО-4) Коллоквиум (УО-2)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
			умеет применять научные термины, формулировать цели, анализировать и обобщать учебную информацию в области ценообразования	Кейс-задача (ПР-11)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
			владеет методами анализа, систематизации и обобщения данных, навыками формирования целей, задач и поиска путей их достижения	Проект (ПР-9)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
3	Тема 3. Состав и структура цены и принципы ценообразования Тема 4. Методы ценообразования Тема 5. Ценовая политика	ОПК-3	знает категориальный (понятийный) аппарат, основные понятия, термины, формулы, относящиеся к области ценообразования; отечественный и зарубежный опыт в области государственного регулирования цен	Дискуссия (УО-4) Коллоквиум (УО-2)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
			умеет прогнозировать и решать возникающие в практической деятельности вопросы ценообразования; рассчитывать цены на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы;	Кейс-задача (ПР-11)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
			владеет	Проект	Собеседование

			терминологией дисциплины; навыками логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь	(ПР-9)	(УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
4	Тема 4. Методы ценообразования Тема 5. Ценовая политика Тема 6. Стратегии ценообразования Тема 7. Тактические аспекты ценообразования	ОПК-4	знает структуру себестоимости, механизмы формирования цен на товары, виды стратегий ценообразования.	Дискуссия (УО-4) Коллоквиум (УО-2)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
			умеет выбирать оптимальную стратегию и тактику ценообразования, формировать цены на новые товары, разрабатывать систему скидок, осуществлять мониторинг рыночных цен	Кейс-задача (ПР-11)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
			владеет методами выбора оптимальной цены, методами оценки рыночной позиции фирмы в условиях конкурентной борьбы	Проект (ПР-9)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
5	Тема 6. Стратегии ценообразования Тема 7. Тактические аспекты ценообразования	ПК-1	знает методы формирования цен и проведения ценовой политики; виды цен; порядок ценообразования с учетом требований экономических законов рыночной экономики	Дискуссия (УО-4) Коллоквиум (УО-2)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
			умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления и процессы ценообразования на микро- и макроуровне; выявлять проблемы формирования цен, предлагать способы их решения с учетом особенностей	Кейс-задача (ПР-11)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50

			рыночной структуры; анализировать и интерпретировать данные статистики по вопросам, связанным с процессом формирования цен, выявлять тенденции изменения показателей;		
			владеет методами расчета цен, умениями обосновывать ценовую стратегию компании	Проект (ПР-9)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Румянцева, А.Ю. Цены и ценообразование [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Ю. Румянцева, В.П. Сланов. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2010. — 235 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/63934>
2. Финансы торговых организаций: Учебное пособие/С.Е.Метелев, В.П.Чижик - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 200 с.: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=515187>
3. Ценообразование / Горина Г.А. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 127 с.: - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/883802>
4. Ценообразование: теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.А. Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казарова; Ставропольский государственный аграрный университет. – 2-е изд., перераб.

и доп. – Ставрополь: АГРУС, 2012. – 160 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/515051>

5. Ценообразование: Учебное пособие / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева и др.; Под ред. В.А. Слепова; Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 144 с.: - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/404389>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Верховец, О.А. Ценообразование [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.А. Верховец. — Электрон. дан. — Омск : ОмГУ, 2014. — 68 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/61898>

2. Гладких, И. В. Ценовая стратегия компании: ориентация на потребителя [Электронный ресурс] : монография / И. В. Гладких; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2013. — 472 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/492847>

3. Годин, А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / А. М. Годин. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2013. - 656 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/430453>

4. Ефимова, С.А. Цены и ценообразование [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.А. Ефимова, А.П. Плотников. — Электрон. дан. — Москва : Омега-Л, 2012. — 192 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/5519>

5. Фетищева, З.И. Ценообразование и ценовая политика на предприятии [Электронный ресурс] : учебное пособие / З.И. Фетищева, И.Н. Назаренко. — Электрон. дан. — Москва : МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2014. — 57 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/104820>

6. Ценообразование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.А. Тактаров [и др.] ; под ред. Тактарова Г.А.. — Электрон. дан. — Москва :

Финансы и статистика, 2014. — 192 с. — Режим доступа:
<https://e.lanbook.com/book/69225>

7. Ценообразование в организации : практикум / Емельянова Т.В., Бабушкина Е.П., Приходько В.В., - 2-е изд. - Мн.:Вышэйшая школа, 2013. - 335 с.: ISBN 978-985-06-2350-8 - Режим доступа:
<http://znanium.com/catalog/product/509365>

8. Ценообразование в организации. Практикум [Электронный ресурс] : учебное пособие. — Электрон. дан. — Минск : "Вышэйшая школа", 2013. — 336 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/65373>

9. Цены и ценообразование : учебное пособие для бакалавров / А. С. Баздникин. - М. : Юрайт, : [ИД Юрайт], 2012. — 370 с.
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:786599&theme=FEFU>

10. Юзов, О.В. Ценообразование [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.В. Юзов, Т.М. Петракова. — Электрон. дан. — Москва : МИСИС, 2012. — 246 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/64452>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Административно-управленческий портал для руководителей, менеджеров, маркетологов, финансистов и экономистов предприятий. — Режим доступа: <http://www.aup.ru>

2. Портал предпринимателей SMALLBUSINESS.RU. — Режим доступа: <http://smallbusiness.ru/>

3. РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера). — Режим доступа: <http://www.rbc.ru/>

4. Российская торговля, товары, выставки, торговый бизнес. — Режим доступа: <http://www.rtpress.ru>

5. Федеральная служба государственной статистики. — Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
2. Справочно-правовая система «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.garant.ru](http://www.garant.ru)

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Реализация дисциплины «Управление ценообразованием» предусматривает следующие виды учебной работы: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студентов, текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Освоение курса дисциплины «Управление ценообразованием» предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами лекций, подготовкой и выполнением всех работ с обязательным предоставлением отчета о работе, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Управление ценообразованием» является экзамен, который проводится в виде собеседования.

В течение учебного семестра обучающимся нужно:

- освоить теоретический материал (20 баллов);
- успешно выполнить аудиторные и контрольные задания (50 баллов);
- своевременно и успешно выполнить все виды самостоятельной работы (30 баллов).

Студент считается аттестованным по дисциплине «Управление ценообразованием» при условии выполнения всех видов текущего контроля

и самостоятельной работы, предусмотренных учебной программой.

Критерии оценки по дисциплине «Управление ценообразованием» для аттестации на экзамене следующие: 86-100 баллов – «отлично», 76-85 баллов – «хорошо», 61-75 баллов – «удовлетворительно», 60 и менее баллов – «неудовлетворительно».

Пересчет баллов по текущему контролю и самостоятельной работе производится по формуле:

$$P(n) = \sum_{i=1}^m \left[\frac{O_i}{O_i^{max}} \times \frac{k_i}{W} \right],$$

где: $W = \sum_{i=1}^n k_i^n$ для текущего рейтинга;

$W = \sum_{i=1}^m k_i^n$ для итогового рейтинга;

$P(n)$ – рейтинг студента;

m – общее количество контрольных мероприятий;

n – количество проведенных контрольных мероприятий;

O_i – балл, полученный студентом на i -ом контрольном мероприятии;

O_i^{max} – максимально возможный балл студента по i -му контрольному мероприятию;

k_i – весовой коэффициент i -го контрольного мероприятия;

k_i^n – весовой коэффициент i -го контрольного мероприятия, если оно является основным, или 0, если оно является дополнительным.

Изучение курса должно вестись систематически и сопровождаться составлением подробного конспекта. В конспект рекомендуется включать все виды учебной работы: лекции, самостоятельную проработку учебников и рекомендуемых источников, разбор кейсов, решение задач, ответы на вопросы для самоконтроля и другие задания, представленные для самостоятельной работы студентов.

После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспекту лекций рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины раздела. Такой метод дает возможность самостоятельно проверить готовность к

практическому занятию, рейтингу или экзамену. Особое внимание следует уделить решению задач, поскольку это способствует лучшему пониманию и закреплению теоретических знаний. Перед решением задач необходимо повторить методику расчета изучаемых показателей, формулы расчета, просмотреть примеры решения аналогичных задач.

Поскольку большинство проблем коммерческой деятельности носят прикладной характер и непосредственно связаны с практической деятельностью хозяйствующих субъектов, то огромное значение для формирования практических навыков по дисциплине «Управление ценообразованием» имеют кейсы, которые представляют собой особую технику обучения, использующую описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Кейсы базируются на фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Для решения ситуационных задач или кейсов необходимо внимательно изучить условия, вспомнить теоретический материал по изучаемой теме, проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные варианты решения и выбрать лучший из них. Чем более аргументированно и обоснованно предлагаемое решение, тем легче отстаивать свою точку зрения в ходе проведения практического занятия или разбора решений ситуационных задач.

Такую же цель, но в ином плане, преследуют практические занятия. Проводимые в различных формах (дискуссия, коллоквиум, тест, кейс-задача, реферат), они дают возможность непосредственно понять алгоритм применения теоретических знаний, излагаемых в учебниках и на лекциях.

Поэтому студент должен активно участвовать в выполнении всех видов практических работ. Следует иметь в виду, что все разделы и темы дисциплины «Управление ценообразованием» являются в равной мере важными и часто взаимосвязаны.

Для изучения дисциплины «Управление ценообразованием» необходимо использовать различные источники: учебники, учебные и учебно-

методические пособия, монографии, сборники научных статей, публикаций, справочную литературу, раскрывающую категориально понятийный аппарат, интернет-сайты и тематические порталы.

При самостоятельной работе с учебниками и учебными пособиями рекомендуется придерживаться определенной последовательности. Читая и конспектируя тот или иной раздел учебника, необходимо твердо усвоить основные определения, понятия и классификации. Формулировки определений и основные классификации надо знать на память. После усвоения соответствующих понятий и закономерностей следует решить задачи или проанализировать примеры их практического применения на опыте зарубежных и российских предприятий, закрепляя тем самым проработанный теоретический материал.

В процессе изучения дисциплины студент обязан активно использовать все формы обучения: посещать лекции и практические занятия, получать консультации преподавателя и выполнять все виды самостоятельной работы.

Лекции - это систематическое устное изложение учебного материала. На них студент получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает.

Практические занятия направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, ведения дискуссий. На занятиях студенты под руководством преподавателя проводят решают задачи, обсуждают дискуссионные вопросы, закрепляя приобретенные знания.

Для участия в практическом занятии студенту следует тщательно подготовиться. На каждом занятии студент набирает баллы в рамках рейтинговой системы по текущей успеваемости, поэтому важно проявить себя с лучшей стороны. Практические занятия предоставляют студенту

проявить инициативу, возможность творчески раскрыться и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

К самостоятельной работе студентов в ходе изучения дисциплины «Управление ценообразованием» относят: подготовку к практическим занятиям: индивидуальную работу с литературой, конспектами лекций, самостоятельный поиск и изучение фундаментальной, современной научной и прикладной литературы, интернет-источников; индивидуальное творческое задание; подготовку к рейтинговому контролю, экзамену; написание реферата.

Распределение времени на выполнение различных видов самостоятельной работы определяется план-графиком выполнения самостоятельной работы по дисциплине

По дисциплине «Управление ценообразованием» предусмотрен экзамен в виде устного опроса в форме собеседования.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Управление ценообразованием» необходима учебная аудитория с оборудованием: (мультимедийный проектор, экран, телевизор, документ-камера, акустическая система).

В читальных залах Научной библиотеки ДВФУ предусмотрены рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья, оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованные портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ДВФУ все здания оборудованы

пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной системы.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**
по дисциплине «Управление ценообразованием»
Направление подготовки 38.03.01 Экономика
профиль «Бизнес-аналитика и статистика»
Форма подготовки: очная

Владивосток
2015

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1	4 неделя	Составление майнд-карты по теме проектной работы	15	Майнд-карта
2	6 неделя	Написание реферата	15	Реферат
3	В течение семестра	Подготовка к практическим занятиям; индивидуальная работа с литературой, конспектами лекций	15	Контрольная работа
4	18 неделя	Подготовка к экзамену	27	Собеседование
Итого			72	

Составление майнд-карты по теме проектной работы

Майнд-карта или интеллект-карта (mind map) - это удобная техника для структурирования информации в визуальной форме. Цель создания карты – визуализация актуальных направлений развития коммерческой деятельности. Основой для разработки майнд-карты по дисциплине «Управление ценообразованием» являются статьи в изданиях, индексируемых базой Scopus.

Требования к майнд-карте. Студенту необходимо изучить аннотации статей, суть которых связана с содержанием дисциплины. На основе контент-анализа не менее 50 аннотаций по заданной теме студент выделяет основные актуальные направления развития ценообразования, востребованные международным научным и бизнес сообществами за последние 10 лет.

Алгоритм работы с базой данных Scopus

1. Студенту необходимо зарегистрироваться (создать учетную запись) на сайте ДВФУ (<http://idm.dvfu.ru/>).

2. Путем идентификации на портале ДВФУ (под своим логином и паролем), зайти в базу данных Scopus (<http://www.scopus.com/home.url>)
Доступ к базе данной осуществляется со всех компьютеров, подключенных к сети ДВФУ.

3. Выберите параметры поиска необходимых документов:

- ключевое слово;
- область поиска;
- тип документа;
- года;
- предметная область;
- поиск по документам;
- поиск по авторам;
- поиск по организациям;
- расширенный поиск.

4. Просмотрите результаты поиска, скорее всего, по итогам поиска количество документов составит несколько тысяч. С целью достижения цели самостоятельной работы – сузьте поиск путем выбора высокорейтинговых журналов с высоким импакт-фактором и /или тех статей, индекс цитирования по которым превышает 10 единиц.

5. По результатам поиска полученную информацию целесообразно перевести в таблицу Excel.

6. После преобразования у студента готова исходная информация, которую нужно подвергнуть контент-анализу. По результатам контент-анализа студенты получают список статей, аннотации и/или тексты которых следует внимательно прочитать.

7. Для скачивания понравившейся статьи можно перейти на сайт издательства и скачать требуемую статью (при условии ее свободного доступа)

8. Итогом работы с базой данных Scopus является майнд-карта, которая наглядно позволит увидеть актуальные направления развития коммерческой деятельности.

Требования к оформлению результатов работы по составлению майнд-карты: наличие титульного листа обязательно, далее следует сама майнд-карта, которая позволяет визуализировать выделенные в ходе контент-

анализа актуальные направления развития коммерческой деятельности, затем приводится список литературы в разрезе выделенных направлений, оформленный согласно ГОСТа.

Рядом указывается перевод названия статьи на русском языке.

Обратите внимание: наличие активных гиперссылок на оригиналы статей – обязательно.

Критерии оценки майнд-карты:

– 100-86 баллов выставляется, если студент аргументировал все выделенные направления развития в области коммерческой деятельности, точно определив содержание и составляющие. Приведены данные зарубежной литературы в количестве от 50 источников. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами контент-анализа. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет;

– 85-76 - баллов – работа студента характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся статьи зарубежных авторов в количестве 40 источников. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

– 75-61 балл – проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены статьи зарубежных авторов по рассматриваемой теме в количестве 30 источников. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы;

– 60-50 баллов – если работа основана на контент-анализе менее 30 источников. Допущены принципиальные ошибки в выделении направлений развития коммерческой деятельности. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы.

Методические указания к выполнению реферата

Цели и задачи реферата

Реферат (от лат. *refereo* - докладываю, сообщаю) представляет собой краткое изложение проблемы практического или теоретического характера с формулировкой определенных выводов по рассматриваемой теме. Избранная студентом проблема изучается и анализируется на основе одного или нескольких источников. В отличие от курсовой работы, представляющей собой комплексное исследование проблемы, реферат направлен на анализ одной или нескольких научных работ.

Целями написания реферата являются:

- развитие у студентов навыков поиска актуальных проблем современного законодательства;
- развитие навыков краткого изложения материала с выделением лишь самых существенных моментов, необходимых для раскрытия сути проблемы;
- развитие навыков анализа изученного материала и формулирования собственных выводов по выбранному вопросу в письменной форме, научным, грамотным языком.

Задачами написания реферата являются:

- научить студента максимально верно передать мнения авторов, на основе работ которых студент пишет свой реферат;
- научить студента грамотно излагать свою позицию по анализируемой в реферате проблеме;
- подготовить студента к дальнейшему участию в научно – практических конференциях, семинарах и конкурсах;
- помочь студенту определиться с интересующей его темой, дальнейшее раскрытие которой возможно осуществить при написании курсовой работы или диплома;
- уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с мнением того или иного автора по данной проблеме.

Основные требования к содержанию реферата

Студент должен использовать только те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание реферата должно быть конкретным, исследоваться должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения (начать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы). Реферат должен заканчиваться выводом по теме.

По своей структуре реферат состоит из:

- 1 Титульного листа;
- 2 Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;
- 3 Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема. В отличие от курсовой работы, основной текст реферата предполагает разделение на 2-3 параграфа без выделения глав. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует «перегружать» текст;
- 4 Заключения, где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста.
- 5 Списка использованных источников. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Объем реферата составляет 10-15 страниц машинописного текста, но в любом случае не должен превышать 15 страниц. Междустрочный интервал – 1,5 строки, размер шрифта – 14, шрифт – Times New Roman, поля: левое — 3 см, правое — 1 см, верхнее и нижнее - 2 см. Страницы должны быть пронумерованы. Отступ первой строки равен 1,25 см.

Порядок сдачи реферата и его оценка

Реферат пишется студентами в сроки, устанавливаемые преподавателем по конкретной дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

По результатам проверки студенту выставляется определенное количество баллов, которое входит в общее количество баллов студента, набранных им в течение семестра. При оценке реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления.

Тематика рефератов

1. Методы ценообразования. Договорное ценообразование по принципу «средние издержки плюс прибыль».
2. Расчет цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли.
3. Психологический фактор ценообразования.
4. Реакции участников рынка на изменение цен.
5. Риск в определении цен. Основные методы снижения риска.
6. Страхование цен.
7. Инфляция и цены.
8. Скидки с цен. Виды скидок.
9. Цены и финансы.
10. Цены и кредитные отношения.
11. Налогообложение и цены.
12. Государственное регулирование цен.
13. Косвенное государственное регулирование цен.

Критерии оценки реферата:

– 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной

и зарубежной литературы. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно;

– 85-76 - баллов – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы;

– 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

60-50 баллов – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Управление ценообразованием»
Направление подготовки 38.03.01 Экономика
профиль «Бизнес-аналитика и статистика»
Форма подготовки очная

Владивосток
2015

**Паспорт
фонда оценочных средств
по дисциплине «Управление ценообразованием»**

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию <i>(формируется частично)</i>	Знает	методы, приемы и средства саморазвития, повышения квалификации и мастерства в области ценообразования
	Умеет	критически оценивать свои достоинства и недостатки, заниматься самообразованием и саморазвитием
	Владеет	приемами саморазвития и повышения квалификации в области ценообразования, критической самооценки, средствами развития своих достоинств и преодоления недостатков
ОПК-2 способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач <i>(формируется частично)</i>	Знает	основные понятия и теоретические положения, методы анализа, систематизации и обобщения учебной информации, цели и пути их достижения в области ценообразования
	Умеет	применять научные термины, формулировать цели, анализировать и обобщать учебную информацию в области ценообразования
	Владеет	методами анализа, систематизации и обобщения данных, навыками формирования целей, задач и поиска путей их достижения
ОПК-3 способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы <i>(формируется частично)</i>	Знает	категориальный (понятийный) аппарат, основные понятия, термины, формулы, относящиеся к области ценообразования; отечественный и зарубежный опыт в области государственного регулирования цен
	Умеет	прогнозировать и решать возникающие в практической деятельности вопросы ценообразования; рассчитывать цены на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы;
	Владеет	терминологией дисциплины; навыками логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь
ОПК-4 способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность <i>(формируется частично)</i>	Знает	структуру себестоимости, механизмы формирования цен на товары, виды стратегий ценообразования.
	Умеет	выбирать оптимальную стратегию и тактику ценообразования, формировать цены на новые товары, разрабатывать систему скидок, осуществлять мониторинг рыночных цен

	Владеет	методами выбора оптимальной цены, методами оценки рыночной позиции фирмы в условиях конкурентной борьбы
ПК-1 способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов <i>(формируется частично)</i>	Знает	методы формирования цен и проведения ценовой политики; виды цен; порядок ценообразования с учетом требований экономических законов рыночной экономики
	Умеет	анализировать во взаимосвязи экономические явления и процессы ценообразования на микро- и макроуровне; выявлять проблемы формирования цен, предлагать способы их решения с учетом особенностей рыночной структуры; анализировать и интерпретировать данные статистики по вопросам, связанным с процессом формирования цен, выявлять тенденции изменения показателей;
	Владеет	методами расчета цен, умениями обосновывать ценовую стратегию компании

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	Тема 1. Цена как экономическая категория Тема 2. Ценообразующие факторы	ОК-7	знает методы, приемы и средства саморазвития, повышения квалификации и мастерства в области ценообразования	Дискуссия (УО-4)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
			умеет критически оценивать свои достоинства и недостатки, заниматься самообразованием и саморазвитием	Реферат (ПР-4)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
			владеет приемами саморазвития и повышения квалификации в области ценообразования, критической самооценки, средствами развития своих достоинств и преодоления недостатков	Проект (ПР-9)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
2	Тема 4. Методы	ОПК-2	знает основные понятия и	Дискуссия	Собеседование (УО-1), вопросы

	ценообразования Тема 5. Ценовая политика		теоретические положения, методы анализа, систематизации и обобщения учебной информации, цели и пути их достижения в области ценообразования	(УО-4) Коллоквиум (УО-2)	к экзамену №№ 1-50
			умеет применять научные термины, формулировать цели, анализировать и обобщать учебную информацию в области ценообразования	Кейс-задача (ПР-11)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
			владеет методами анализа, систематизации и обобщения данных, навыками формирования целей, задач и поиска путей их достижения	Проект (ПР-9)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
3	Тема 3. Состав и структура цены и принципы ценообразования Тема 4. Методы ценообразования Тема 5. Ценовая политика	ОПК-3	знает категориальный (понятийный) аппарат, основные понятия, термины, формулы, относящиеся к области ценообразования; отечественный и зарубежный опыт в области государственного регулирования цен	Дискуссия (УО-4) Коллоквиум (УО-2)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
			умеет прогнозировать и решать возникающие в практической деятельности вопросы ценообразования; рассчитывать цены на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы;	Кейс-задача (ПР-11)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
			владеет терминологией дисциплины; навыками логически верно, аргументировано и	Проект (ПР-9)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50

			ясно строить устную и письменную речь		
4	Тема 4. Методы ценообразования	ОПК-4	знает структуру себестоимости, механизмы формирования цен на товары, виды стратегий ценообразования.	Дискуссия (УО-4) Коллоквиум (УО-2)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
	Тема 5. Ценовая политика				
	Тема 6. Стратегии ценообразования		умеет выбирать оптимальную стратегию и тактику ценообразования, формировать цены на новые товары, разрабатывать систему скидок, осуществлять мониторинг рыночных цен	Кейс-задача (ПР-11)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
	Тема 7. Тактические аспекты ценообразования		владеет методами выбора оптимальной цены, методами оценки рыночной позиции фирмы в условиях конкурентной борьбы	Проект (ПР-9)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
5	Тема 6. Стратегии ценообразования	ПК-1	знает методы формирования цен и проведения ценовой политики; виды цен; порядок ценообразования с учетом требований экономических законов рыночной экономики	Дискуссия (УО-4) Коллоквиум (УО-2)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50
	Тема 7. Тактические аспекты ценообразования		умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления и процессы ценообразования на микро- и макроуровне; выявлять проблемы формирования цен, предлагать способы их решения с учетом особенностей рыночной структуры; анализировать и интерпретировать данные статистики по вопросам, связанным с	Кейс-задача (ПР-11)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50

			процессом формирования цен, выявлять тенденции изменения показателей;		
			владеет методами расчета цен, умениями обосновывать ценовую стратегию компании	Проект (ПР-9)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-50

Вопросы для собеседования на экзамен

1. Цена и полезность товара
2. Цена и ценность
3. Законы спроса и предложения .
4. Экономические функции цены.
5. Регулирование цен в рыночном хозяйстве.
6. Факторы, определяющие динамику цен.
7. Взаимодействие цены и спроса.
8. Взаимосвязь цены и предложения.
9. Определение равновесной цены и ее динамика.
10. Эластичность спроса от цены, методы ее определения и учет в ценообразовании.
11. Конкуренция и ее воздействие на уровень цен.
12. Воздействие издержек на уровень и динамику цен.
13. Уровень цен. Средние цены.
14. Методы индексной оценки динамики цен.
15. Особенности ценообразования на различных типах рынков.
16. Ценообразование на рынке совершенной (чистой) конкуренции.
17. Специфика формирования цен на рынке монополистической конкуренции.
18. Формирование цен на рынке олигополистической конкуренции.
19. Особенности ценообразования на рынке чистой монополии.
20. Порядок ценообразования.
21. Этапы процесса ценообразования.

22. Взаимосвязь и взаимовлияние издержек и цены.
23. Прибыль в условиях рыночной экономики и ее связь с ценой.
24. Анализ безубыточности решений при изменении постоянных и (или) переменных затрат
25. Учет влияния изменения цен на финансовые результаты деятельности фирмы.
26. Анализ безубыточности решений при изменении цен.
27. Сущность затратного ценообразования.
28. Расчет цен на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли.
29. Рыночные методы ценообразования.
30. Методы ценностного ценообразования.
31. Условия и предпосылки применения маркетинговых методов ценообразования.
32. Разработка ценовой политики предприятия.
33. Условия возможных отклонений цен организации от принятой ею ценовой политики.
34. Основные стратегии ценообразования.
35. Этапы разработки ценовой стратегии.
36. Ценовые факторы выбора конкурентной стратегии и условия эффективной политики снижения цен.
37. Элементы тактики ценообразования.
38. Скидки. Типы и виды скидок.
39. Механизм расчета фактических цен сделок.
40. Использование надбавок к цене в коммерческой деятельности организации.
41. Государственное регулирование цен как необходимое условие функционирования рыночной экономики, его содержание и цели.
42. Прямые и косвенные методы государственного регулирования цен, их влияние на ценообразование.

43. Государственное регулирование цен на продукцию естественных монополий.
44. Государственные органы регулирования цен.
45. Зарубежный опыт государственного регулирования цен.
46. Взаимодействие цен и налогов.
47. Взаимосвязь цен и денежного обращения.
48. Динамика цен и развитие кредитных отношений.
49. Взаимосвязь уровня цен и массы денег в обращении и инфляция.
50. Дефицит государственного бюджета, эмиссия денег и инфляционный рост цен.

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене
по дисциплине «Управление ценообразованием»**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
86-100	<i>«отлично»</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
76-85	<i>«хорошо»</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
61-75	<i>«удовлетворительно»</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает

		затруднения при выполнении практических работ.
0-60	<i>«неудовлетворительно»</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

**Перечень дискуссионных тем
по дисциплине «Управление ценообразованием»**

1. Договорная цена: понятие, сущность и виды.
2. Экономические функции цен.
3. Рыночное ценообразование: понятие и сущность.
4. Методология рыночного ценообразования.
5. Система цен. Показатели, характеризующие систему цен.
6. Уровень цен и методы расчета средней цены.
7. Анализ соотношения затрат, объема производства и прибыли (CVP-анализ).
8. Ценовая политика как элемент комплекса маркетинга.
9. Этапы процесса ценообразования.
10. Виды ценовых стратегий и условия их применения.
11. Ценообразование и система налогообложения.
12. Денежное обращение и цены.
13. Цены и кредитные отношения.
14. Ценообразование и система страхования.
15. Основания и пределы государственного регулирования цен.
16. Органы ценообразования: понятие, виды и компетенция.
17. Общие закономерности при регулировании и реформировании ценообразования зарубежных странах.

Критерии оценки

– 100-85 баллов – если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

– 85-76 баллов – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе.

– 75-61 балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

– 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

**Комплект заданий для контрольной работы
по дисциплине «Управление ценообразованием»**

Тест 1. Ценообразование

1. Цена - это:

- а) денежное выражение стоимости,
- б) денежное выражение себестоимости.

2. Издержки обращения - это:

а) когда фирмы осуществляют сбытовую, торгово-посредническую деятельность,

б) когда фирмы занимаются производственной деятельностью.

3. Себестоимость - это:

а) выраженные в денежной форме текущие затраты предприятия на производство и сбыт продукции, выполнение работ и предоставление услуг,

б) это стоимость продукции со всеми производственными затратами, включая торговую наценку и затраты на сбыт продукции.

4. Можно ли пополнить запасы и создать ресурсы за счет себестоимости:

- а) да,
- б) нет.

5. Затраты на производство группируют:

- а) по их однородному производственному признаку,
- б) по их экономическому содержанию.

Тест 2. Цели установления цены и этапы ценообразования.

1. Для определения себестоимости пользуются группировкой:

- а) затрат,
- б) доходов,
- в) изделий.

2. По характеру участия в производственном процессе затраты подразделяются на:

- а) основные и косвенные,
- б) прямые и косвенные,
- в) постоянные и переменные.

3. По способу отнесения на себестоимость отдельного вида продукции издержки подразделяются на:

- а) основные и косвенные,
- б) прямые и косвенные,
- в) постоянные и переменные.

4. Основные затраты связаны с:

- а) обслуживанием производства,
- б) производственным процессом,
- в) реализацией.

5. Косвенные расходы включаются в себестоимость путем:

- а) сокращения,
- б) распределения,
- в) целевой направленности.

6. Технологическая себестоимость - это:

- а) сумма транспортных расходов,
- б) сумма затрат на осуществление технологического процесса,
- в) сумма затрат на выплату зарплаты.

7. Полная себестоимость - это:

- а) сумма затрат на производство,
- б) затраты цеха на производство,
- в) сумма затрат на производство и сбыт.

8. Условно-постоянные затраты:

- а) зависят от объема продукции,
- б) не зависят от объема продукции.

9. В себестоимости единицы продукции постоянные затраты изменяются:

- а) прямо пропорционально изменению объема производства,

- б) обратно пропорционально изменению объема производства,
- в) не изменяются с изменением объема производства.

10. Себестоимость продукции образуют:

- а) переменные затраты,
- б) условно-постоянные затраты,
- в) сумма условно постоянных и переменных.

11. Переменные затраты:

- а) изменяются пропорционально объему выпускаемой продукции,
- б) не изменяются с изменением объема производства,
- в) изменяются обратно пропорционально изменению объема выпускаемой продукции.

12. Калькуляция в отличие от затрат на производство учитывает:

- а) доходы,
- б) расходы,
- в) остаток.

13. На производство продукции цеховая себестоимость включает в себя:

- а) затраты цеха,
- б) затраты предприятия,
- в) общехозяйственные затраты.

14. Производственная себестоимость включает в себя:

- а) полную себестоимость,
- б) ценовую себестоимость,
- в) технологическую себестоимость.

15. Исходной для рассчитываемой цены единицы продукции для отдельного предприятия является:

- а) средне отраслевая себестоимость,
- б) полная себестоимость,
- в) индивидуальная себестоимость.

Тест 3. Факторы, влияющие на установление цены.

1. Цена - это:

а) сумма затрат на производство продукции,

б) себестоимость продукции,

в) денежное выражение стоимости товара.

2. Какую роль играет стимулирующая функция цены:

а) балансирует спрос и предложение,

б) при повышении цены стимулирует предприятие к выпуску прогрессивных видов продукции, и наоборот,

в) обеспечивает возмещение затрат на производство и реализацию, а также образование прибыли.

3. Какие из условий влияют на рыночный механизм ценообразования:

а) количество субъектов рынка,

б) покупательная способность населения,

в) степень индивидуализации продукции,

г) скорость товарооборота продукции.

4. Из каких этапов состоит процесс выработки промышленной стратегии в области установления цен на продукцию:

а) оценка спроса,

б) реклама продукции,

в) изучение цен на продукцию конкурентов,

г) изучение рынка рабочей силы,

д) выбор метода ценообразования.

5. Какими из методов осуществляется государственное регулирование в сфере ценообразования:

а) замораживанием цен,

б) регулированием цен на ресурсы и сырье,

в) налоговой политикой в сфере ценообразования,

г) определением перечня продукции и услуг, подлежащих государственному регулированию, в т. ч. и монополизацией,

д) установлением предельных уровней цен и тарифов, а также торговых надбавок (скидок).

6. Какие из факторов влияют на установление цены:

- а) валовый доход предприятия,
- б) имидж предприятия,
- в) место расположения предприятия,
- г) ассортимент,
- д) ценовые скидки.

7. На каком этапе выработки промышленной стратегии большее влияние уделяется соотношению цены и качества продукции:

- а) оценки спроса,
- б) установления целей ценообразования,
- в) учета факторов, влияющих на установление цены,
- г) изучении цен на продукты конкурентов.

8. Какие рычаги используют органы государственного управления, строя свои отношения с товаропроизводителями:

- а) налоговую и финансово-кредитную политику,
- б) госзаказы на производство продукции, выполнение работ, оказание услуг,
- в) установление плановых показателей по отраслям производства.

9. Какие экономические функции выполняет цена:

- а) регулирующую,
- б) регистрирующую,
- в) стимулирующую,
- г) статистическую,
- д) учетную.

10. Чем определяется установление оптимальной цены на продукцию:

- а) эластичностью спроса,
- б) степенью развития маркетинговой информации,
- в) наличием конкуренции,
- г) наличием прямых связей с поставщиками.

Тест 4. Методы установление цены

1. В зависимости от учета в цене затрат на производство и сбыт, а также прибыли цены подразделяются на:

- а) свободные и рыночные,
- б) оптовые и розничные,
- в) свободные и прејскурантные.

2. В зависимости от территориальной дифференциации цены делятся на:

- а) общегосударственные, региональные, зональные, поясные,
- б) региональные, зональные, поясные, временные,
- в) временные, разовые, зональные, поясные.

3. По сроку действия цены делятся на:

- а) скользящие, постоянные, разовые,
- б) постоянные. временные, с последующей фиксацией,
- в) постоянные, временные, разовые.

4. Цены, указанные в контракте, могут быть трех видов:

- а) твердые, временные, разовые,
- б) твердые, с последующей фиксацией, скользящие,
- в) единые, региональные, зональные.

5. Цена на товар существенно более низкая, чем при обычных коммерческих операциях - это:

- а) твердая цена,
- б) демпинговая цена,
- в) временная цена.

6. Цена, включающая оптовую цену, затраты и прибыль торговых организаций, - это:

- а) свободная цена,
- б) прејскурантная цена,
- в) розничная цена.

7. Цена, не изменяющаяся за период с момента подписания контракта до поступления товара к покупателям, - это:

- а) твердая цена,
- б) единая цена,
- в) поясная цена.

8. Цена, устанавливаемая производителем товара самостоятельно в рыночных условиях, - это:

- а) оптовая цена,
- б) розничная цена,
- в) свободная цена.

9. Цена, зависящая от экономического положения страны-экспортера, - это:

- а) демпинговая цена,
- б) договорная цена,
- в) скользящая цена.

10. Цена, которая может изменяться в определенных пределах, не превышая заданного уровня, - это:

- а) фиксированная цена,
- б) регулируемая цена,
- в) договорная цена.

Тест 5. Цены и сферы их действия

1. Колебание цен зависит от следующих факторов:

- а) затрат производства,
- б) изменения спроса,
- в) отдаленности рынка сбыта,
- г) стоимости упаковки.

2. Какие цены устанавливает торговая организация:

- а) оптовые,
- б) розничные,
- в) базовые,
- г) все выше перечисленные.

3. Базовые цены включают:

а) оптовую цену производителя + затраты и прибыль оптовых продавцов,

б) оптовые цены + затраты и прибыль торговых организаций,

в) устанавливаются на предварительные виды продукции определенного назначения с фиксированными параметрами качества,

г) верны а) и б).

4. По степени учета затрат и прибыли цены бывают:

а) оптовые,

б) преysкуранные,

в) покупателя,

г) розничные.

5. Свободные и преysкуранные цены - это виды цен в зависимости от:

а) степени учета затрат и прибыли,

б) степени самостоятельности предприятия,

в) региона реализации,

г) учета транспортных расходов.

6. Какие цены в рыночных условиях устанавливаются производителем товара самостоятельно:

а) преysкуранные,

б) цены каталога,

в) цены НЕТТО,

г) свободные.

7. Какие цены устанавливаются в договоре между продавцом и покупателем по согласованию сторон:

а) цены продавца,

б) цены покупателя,

в) договорные цены,

г) верны а) и б).

8. Фиксированные цены:

а) утверждаются государством и местными органами власти как постоянные и действуют на протяжении определенного времени,

б) устанавливаются в договоре между продавцом и покупателем по согласованию сторон,

в) официальные цены, публикуемые в каталогах и проспектах фирм оптовой торговли,

г) в рыночных условиях устанавливаются производителем товара самостоятельно.

9. Фактическая денежная сумма покупки товара на рынке, по которой осуществляются сделки купли-продажи или по которым покупатель готов приобрести товар, - это:

а) свободные цены,

б) цены каталога,

в) цены покупателя,

г) договорные цены.

10. Чистая цена товара на месте его купли-продажи - это:

а) фиксированная цена,

б) цена продавца,

в) регулируемая цена,

г) цена НЕТТО.

11. Цена, указанная в контракте, может быть:

а) твердая,

б) свободная,

в) скользящая,

г) не верны а) и г).

12. Цена, указываемая в контракте, на определенную календарную дату - это:

а) твердая цена,

б) демпинговая цена,

в) фиксированная цена,

г) цена с последующей фиксацией.

13. Цены, сложившиеся на международном рынке на соответствующий товар к моменту осуществления экспортных операций:

а) твердые,

б) с последующей фиксацией,

в) индикативные,

г) демпинговые.

14. Скользящая цена:

а) указывается в контракте на определенную календарную дату,

б) зависит от изменения экономического положения страны-экспортера,

в) существенно более низкая, чем при обычных коммерческих операциях,

г) неизменная за период с момента подписания контракта до поступления товара к покупателям.

15. В зависимости от территориальной дифференциации цены бывают:

а) региональные,

б) фиксированные,

в) индикативные,

г) свободные.

16. Цены, которые устанавливаются местными органами власти на отдельные товары:

а) единые,

б) региональные,

в) поясные,

г) зональные.

17. Поясные цены:

а) устанавливаются государством на отдельные товары и услуги на всей территории государства,

б) устанавливаются на продукцию добывающих отраслей промышленности с учетом разного уровня себестоимости добычи в тех или иных природно-географических условиях,

в) устанавливаются по районам потребления продукции с учетом места ее производства и затрат на транспортировку в другие районы,

г) устанавливаются местными органами власти на отдельные товары, работы, услуги.

18. Какие из цен относятся к классификации по сроку действия:

а) постоянные,

б) зональные,

в) скользящие,

г) разовые.

19. Во внутренней торговле цены в зависимости от условий поставки товаров отличаются по:

а) времени действия,

б) степени учета в них затрат и прибыли,

в) видам ФРАНКО,

г) от территориальной дифференциации.

20. Ступенчатые цены являются разновидностью:

а) постоянных,

б) временных,

в) разовых,

г) поясности.

Тест 6. Калькулирование цены

1. Прибыль - это:

а) валовый доход предприятия,

б) валовый доход за вычетом налогов,

в) часть валового дохода предприятия за вычетом всех затрат на производство и коммерческую деятельность,

г) выручка от реализации продукции.

2. Необходимая прибыль - это:

а) выражение в денежной форме текущих поступлений,

б) сумма, достаточная для поддержания производственно-хозяйственной деятельности предприятия,

в) сумма валовых расходов и амортизационных отчислений,

г) источник уплаты налогов.

3. Предельная прибыль может быть:

а) предельно высокой,

б) предельно низкой,

в) предельно наглядной,

г) предельно выгодной

4. Рентабельность - это относительный показатель эффективности производства:

а) в общем виде,

б) в текущих затратах,

в) в стоимости капитала,

г) в балансовой прибыли.

5. Норма прибыли - это:

а) отношение прибыли к затрате,

б) норма завышения,

в) стоимость капитала,

г) отношение доходности к эффективности.

6. Показатель рентабельности производства - это:

а) собственный капитал и сбыт,

б) несколько завышенная производственно-хозяйственная деятельность предприятия,

в) эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия,

г) порядок использования чистого продукта.

7. Сумма, достаточная для поддержания производственно-хозяйственной деятельности предприятия при достигнутых объемах выпуска продукции:

- а) необходимая,
- б) предельная,
- в) балансовая,
- г) чистая.

8. Рентабельность - это отношение:

- а) краткосрочное задолженности к собственному капиталу,
- б) прибыли к затратам,
- в) прибыли к краткосрочной задолженности,
- г) собственного капитала к прибыли.

Критерии оценки:

– 5 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

– 4 балла - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

– 2-3 балла – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с

использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

– 0-1 балла – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Вопросы для коллоквиумов
по дисциплине «Управление ценообразованием»

Тема «Понятие и сущность цены и ценообразования»

1. Какие определения можно дать понятию «цена»?
2. Сущность учетной функции цены в рыночной экономике.
3. Сущность стимулирующей функции цены.
4. Сущность распределительной функции цены.
5. Сущность функции сбалансированности спроса и предложения.
6. Что отражают социальная и информационная функции цены?
7. Дайте характеристику основных принципов ценообразования?

Тема «Виды цен»

1. Дайте определение системы цен.
2. Какие факторы способствуют росту цен?
3. Какие факторы способствуют снижению цен?
4. Выделите основные признаки классификации цен и дайте характеристику основных цен в разрезе данных признаков.

Тема: «Состав и структура цены»

1. Что такое состав и структура цены?
2. В чем сущность оптовой цены предприятия? Назовите состав цены.
3. Что такое оптовая цена промышленности? Назовите состав цены.
4. Что такое розничные цены и выделите основные экономические элементы цены?

Тема: «Стратегии ценообразования»

1. Что такое стратегия ценообразования?
2. Дайте характеристику основных стратегий ценообразования.
3. Дайте характеристику основных тактик ценообразования.

Тема: «Государственное регулирование цен»

1. Перечислите основные цели государственного регулирования цен.

2. Раскройте административные (прямые) методы воздействия государства на цены.

3. Раскройте экономические (косвенные) методы воздействия государства на цены.

Критерии оценки:

– 100-85 баллов – если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

– 85-76 – баллов – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

– 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько

ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

– 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Темы индивидуальных творческих проектов
по дисциплине «Управление ценообразованием»

Индивидуальные творческие проекты

1. Майнд карта по теме «Управление ценообразования».
2. Майнд-карта по теме «Стратегии ценообразования».
3. Майнд-карта по теме «Ценовая политика предприятия».

Критерии оценки:

– 100-86 баллов выставляется, если студент аргументировал все выделенные направления научного исследования, точно определив содержание и составляющие. Приведены данные зарубежной литературы в количестве от 50 и более источников. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами контент-анализа. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет;

– 85-76 - баллов – работа студента характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся статьи зарубежных авторов в количестве от 40-49 источников. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

– 75-61 балл – проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены статьи зарубежных авторов по рассматриваемой теме от 30-39 источников. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы;

– 60-50 баллов – если работа основана на контент-анализе до 30 источников. Допущены принципиальные ошибки в выделении направлений научных исследований. Допущено три или более трех ошибок смыслового

содержание раскрываемой проблемы.

Кейс-задачи

по дисциплине «Управление ценообразованием»

Кейс-задача 1

Действие ценовой дискриминации на примере Саудовской Аравии.

Ценовая дискриминация встречается практически во всех сферах экономики. Однако в сфере энергетики она наиболее заметна и вызывает наибольшее возмущение. Хорошим примером может служить ценовая дискриминация Саудовской Аравией азиатских стран, зависящих от импорта саудовской нефти. Многочисленные исследования показали, Саудовская Аравия активно использует необоснованные надбавки при поставках нефти азиатским странам (Япония, Тайвань, Китай, Сингапур, Южная Корея). Результаты многих исследований были сведены воедино в масштабном докладе, опубликованном японским Институтом Энергетической Экономики. Как оказалось, в 1991-2002 годы азиатские страны в среднем переплачивали \$0.94 за каждый баррель нефти по сравнению с европейскими и американскими потребителями. После 2002 года разрыв цен еще более увеличился и достиг \$1.50.

Государственная нефтяная компания Saudi Arabian Oil Company при назначении цены на нефть для основных трех рынков – Европы, Америки и Азии – назначает более высокую цену для азиатских покупателей. При этом цены выражены в условиях транспортировки FOB («Свободно на борту»\ Free on Board, в русском языке обычно используется термин «Франко Борт»). Теоретически для всех покупателей нефти, которым нефть доставляется танкерами, Saudi Aramco должна устанавливать FOB-цены. Институт Публичной Политики имени Бейкера, опубликовавший исследование «Будущее Саудовской ценовой дискриминации», отмечает, что теоретически конечная цена ближневосточной нефти, доставленной в Сингапур, должна

быть ниже цены такой же нефти, доставленной в Роттердам. Однако нефть в Сингапур продается дороже, чем в Нидерланды. Подобная дискриминация стала возможной, поскольку азиатские страны оказались заложниками своего географического положения. Страны Азии, практически лишенные своих месторождений нефти, вынуждены искать самые близкие к себе источники энергии, чтобы минимизировать транспортные издержки. Одним из ближайших для них источников нефти являются страны Ближнего Востока. Поставки нефти из иных регионов мира обойдутся значительно дороже: танкеру, для того чтобы пройти расстояние от Нигерии до Японии или Сингапура, понадобится соответственно 36 и 27 суток. Кроме того, западноафриканская нефть является более чистой и содержит меньше примесей, чем саудовская, поэтому она дороже. Так как большинство азиатских нефтеперерабатывающих комплексов способно очищать нефть, покупка более чистой, но дорогой нефти у западноафриканских стран не представляется выгодной.

Вопросы и задания к кейсу:

1. Как вы считаете, цены на саудовскую нефть были завышены для стран Азии с самого начала или же они постепенно возрастали?
2. Как вы думаете, могло ли быть выгодным для азиатских стран покупка более чистой, но более дорогой западноафриканской нефти, чем строительство нефтеперерабатывающих комплексов?

Кейс-задача 2

Политика «снятия сливок».

Одинцовская кондитерская фабрика «Коркунов» выпустила первую продукцию всего 8 лет назад, но уже успела занять достойные позиции на рынке шоколадных конфет на фоне таких именитых конкурентов, как Nestle и «Красный Октябрь». Существует несколько причин такого успеха. Для начала компании очень повезло с моментом выхода на рынок. До августовского кризиса 1998г. отечественная ниша шоколадных конфет, на

которую претендовал Коркунов, была занята иностранными компаниями. Но, испугавшись кризиса, они покинули российский рынок. Продукция Коркунова оказалась единственной в дорогом сегменте. Кроме того, на российском рынке отсутствовали именные марки. Надпись «Коркунов» на коробках конфет резко выделяла единцовскую продукцию от «ассорти» разных фабрик. Ей придавался имидж немассового продукта.

Вопросы и задания к кейсу:

1. Дайте характеристику покупателям продукции «Коркунов».
2. Как называется стратегия, выбранная единцовской кондитерской фабрикой?
3. Как вы думаете, какое будущее было бы у фабрики «Коркунов», если бы иностранные компании не покинули российский рынок из-за кризиса?

Критерии оценки:

– 100-85 баллов – если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

– 85-76 – баллов – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

– 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся

недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

– 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «Управление ценообразованием» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Управление ценообразованием» проводится в форме контрольных мероприятий (дискуссия, коллоквиум, тест, проект, кейс-задача, реферат) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;

- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Управление ценообразованием» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. По дисциплине «Управление ценообразованием» предусмотрен экзамен в виде устного опроса в форме собеседования.