



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

«СОГЛАСОВАНО»

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель ОП
«Экономика»

И.о. заведующая кафедрой
экономики предприятия

_____ Кравченко А.А.
(подпись) (Ф.И.О. рук. ОП)
«20» июня 2018 г.

_____ Сащенко А.Ю.
(подпись) (Ф.И.О. зав. каф.)
«20» июня 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Ценообразование

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Форма подготовки очная/заочная

курс 4/4 семестр 7
лекции 36/10 час.
практические занятия 54/18 час.
лабораторные работы _ _
в том числе с использованием МАО лек. _ _ / пр. 36/18 час. / лаб. _ _
всего часов аудиторной нагрузки 90/28 час.
в том числе с использованием МАО 36/18 час.
самостоятельная работа 198/260 час.
в том числе на подготовку к экзамену 36/9 час.
контрольные работы (количество)
курсовая работа / курсовой проект _ _
зачет _ _
экзамен 7 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ, утвержденного приказом ректора от 04.04.2016 № 12-13-592

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры экономики предприятия, протокол № 07 от «20» июня 2018 г.

И.о. заведующего кафедрой экономики предприятия: А.Ю. Сащенко
Составитель: канд. экон. наук, доцент Подольский С.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 degree in: 38.03.01 Economy

Module: Management of firm

Course title: "Pricing"

Variable part of Block 1, 8/8 credits

Instructor: Podolskiy Stanislav Valerievich, candidate of Economic sciences, the associate professor of the department of the enterprise economy.

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

- ability to use bases of economic knowledge in various fields of activity;
- ability to carry out collecting, the analysis and data processing, professional tasks, necessary for the decision;
- ability to choose tools for processing of economic data according to an objective, to analyse calculation results and to prove the received conclusions;
- ability to find organizational management decisions in professional activity and readiness to bear responsibility for them;
- ability to collect and analyse the basic data necessary for calculation economic and the socio-economic indexes characterizing activity of economic entities;
- ability on the basis of standard techniques and the operating regulatory framework to calculate economic and the socio-economic indexes characterizing activity of economic entities.

Learning outcomes:

- ability to carry out calculations, necessary for drawing up economic sections of plans, to prove them and to represent results of work according to the standards admitted to the organizations (PC-3).

Course description:

The content of the course "Pricing" consists of two sections and covers the following range of issues:

1. Essence, types, factors of formation and procedure of payments of the

prices: the price in modern economy, tasks and concepts of pricing; functions of the price; factors of formation of market prices; types, price systems and order of their calculation; unit cost (services) as pricing basis; methods of accounting of prime cost.

2. Strategy and methods of pricing in various spheres of economic activity: price policy of the enterprise and stages of its development; essence and development stages of price strategy; main types of price strategy and criteria of their choice; methods of pricing and condition of their choice; discounts as instrument of the price policy; types of price discounts and their feature; pricing for import goods and methods of determination of their customs value; pricing for export goods according to "Incoterms-2000"; price control during implementation of the contract; features of pricing of transportny transportations; features of pricing in services sector.

Form of final control: exam.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Ценообразование»

Учебный курс «Ценообразование» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.01 Экономика.

Дисциплина «Ценообразование» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8/8 зачетных единиц, 288/288 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36/10 часов), практические занятия (54/18 часов, в том числе МАО 36/18 часов), самостоятельная работа студентов (198/ 260 часов, в том числе 36/9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4/4 курсе в 7 семестре курсе.

Дисциплина «Ценообразование» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Функциональные стратегии», «Экономическое мышление», «Теория отраслевых рынков», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Бизнес-планирование», «Экономическая оценка бизнеса».

Содержание дисциплины состоит из двух разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Сущность, виды, факторы формирования и порядок расчета цен: цена в современной экономике, задачи и концепции ценообразования; функции цены; факторы формирования рыночных цен; виды, системы цен и порядок их расчёта; себестоимость единицы продукции (услуг) как основа установления цены; методы калькуляции себестоимости;

2. Стратегии и методы ценообразования в различных сферах экономической деятельности: ценовая политика предприятия и этапы её разработки; сущность и этапы разработки ценовой стратегии; основные виды ценовых стратегий и критерии их выбора; методы ценообразования и

условия их выбора; скидки как инструмент ценовой политики; виды ценовых скидок и их особенности; формирование цен на импортные товары и методы определения их таможенной стоимости; формирование цен на экспортные товары в соответствии с «Инкотермс-2000»; регулирование цен в ходе выполнения контракта; особенности установления цен на транспортные перевозки; особенности установления цен в сфере услуг.

Цель – обучение студентов теоретическим и практическим аспектам формирования цен на товары, работы и услуги, управления ими, выбора и применения стратегий и методов ценообразования.

Задачи:

- изучение сущности и теории ценообразования, основных подходов к формированию цен;
- рассмотрение видов, условий выбора и порядка разработки стратегии ценообразования;
- анализ методов ценообразования, применяемых на предприятиях, и условий их выбора;
- овладение умением выбрать оптимальный уровень цен в различных рыночных ситуациях;
- овладение навыками оценки последствий принимаемых ценовых решений.

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

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач;
- способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы;

- способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность;
- способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;
- способность на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулирование компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами	Знает	основные экономические показатели, характеризующие деятельность предприятия в области ценообразования (цены в динамике на различные товары, размеры надбавок и скидок, затраты, валовую маржу и прибыль на единицу товара или услуги, рентабельность продаж и продукции, точку безубыточности и цену, обеспечивающую безубыточность и пр.)
	Умеет	рассчитать основные экономические показатели, характеризующие деятельность предприятия в области ценообразования (цены в динамике на различные товары, размеры надбавок и скидок, затраты, валовую маржу и прибыль на единицу товара или услуги, рентабельность продаж и продукции, точку безубыточности и цену, обеспечивающую безубыточность и пр.), сделать выводы, обосновать, разработать и принять управленческое решение в области ценообразования
	Владеет	методами и приёмами расчёта основных экономических показателей, характеризующих деятельность предприятия в области ценообразования (цен в динамике на различные товары, размеров надбавок и скидок, затрат, валовой маржи и прибыли на единицу товара или услуги, рентабельности продаж и продукции, точки безубыточности и цены, обеспечивающей безубыточность и пр.), расчёта, интерпретации и анализа показателей, обоснования выводов, разработки и принятия управленческого решения в области ценообразования на основе анализа

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Ценообразование» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: деловая игра, семинар-дискуссия, семинар-пресс-конференция, метод ситуационного анализа (ситуационные задачи).

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Раздел I. Сущность, виды, факторы формирования и порядок расчёта цен

Тема 1. Цена в современной экономике (4/1 час.)

Сущность цены. Задачи ценообразования. Затратное ценообразование. Три концепции ценообразования: стоимостная, теория предельной полезности и неоклассическая теория А. Маршалла. Ценностный подход к ценообразованию. Функции цены: учетно-измерительная, стимулирующая, распределительная.

Тема 2. Факторы формирования рыночных цен (4/1 час.)

Факторы, формирующие рыночные цены: стоимость товаров, факторы спроса, потребительского выбора, предложения, рыночная структура, обеспеченность рубля товарной массой, административное и экономическое государственное регулирование цен.

Тема 3. Система и классификация цен (6/1 час.)

Понятие системы цен. Классификация цен в зависимости от сферы применения (внутренние, мировые). Цена в зависимости от степени регулируемости. Свободные (рыночные), регулируемые, фиксируемые. Классификация цен в зависимости от формы продаж (контрактные, трансфертные, биржевые (биржевые котировки), цены ярмарок и выставок, аукционные, цены торгов. Классификация цен по стадиям продажи (цены

предложения, цены спроса, цены реализации). Классификация базовых цен (расчетные цены, справочные, преysкурантные). Классификация цен по их времени действия (постоянные или твердые, текущие, скользящие, сезонные, ступенчатые). Классификация цен в зависимости от территории действия (единые или поясные цены, региональные цены).

Тема 4. Классификация цен по характеру обслуживаемого оборота (4/1 час.)

Классификация цен по характеру обслуживаемого оборота. Оптовые, закупочные, розничные цены, цены на строительную продукцию, тарифы грузового и пассажирского транспорта, тарифы на услуги населению.

Тема 5. Себестоимость единицы продукции (услуг) как основа установления цены (4/1 час.)

Понятие и сущность себестоимости. Калькуляция себестоимости единицы продукции (услуг), методы калькуляции. Цеховая, производственная и полная себестоимость. Классификация издержек (по отношению к основному виду деятельности, по способу отнесения на конкретную единицу продукта (услуги), по степени зависимости от объема выпуска (продаж)).

Раздел II. Стратегии и методы ценообразования в различных сферах экономической деятельности

Тема 6. Ценовая политика и ценовые стратегии предприятия (4/1 час.)

Этапы разработки ценовой политики: постановка целей ценообразования, определение спроса, оценка издержек, анализ цен и товаров конкурентов. Выбор ценовой стратегии. Основные виды ценовых стратегий, условия и последствия их выбора. Активные и пассивные ценовые стратегии. Стратегия премиального ценообразования, ступенчатых премий,

«роста проникающей цены», ценового прорыва, нейтральная стратегия ценообразования, стратегия скорейшего возврата средств, сохранения стабильного положения на рынке, поддержания и обеспечения платежеспособности предприятия, завоевания лидерства на рынке в определении цен, стабильных цен, гибкой цены, следования за конкурентом, дифференциации цен, психологической цены.

Тема 7. Методы ценообразования (4/1 час.)

Понятие методов ценообразования. Затратные методы ценообразования: «издержки плюс», минимальных затрат, метод расчета цен на основе торговых скидок и надбавок, метод расчета цены на основе безубыточности и обеспечения целевой прибыли. Методы ценообразования с учетом конкуренции: метод определения цены путем следования за рыночными ценами, путем следования за ценами фирмы-лидера на рынке, ценообразование на конкурсные проекты или метод «запечатанного конверта». Маркетинговые методы ценообразования: метод установления цены на основе ощущаемой ценности товара, метод аукциона, эксперимента, параметрические методы. Синтетические методы: агрегатный метод, обратной калькуляции, калькуляционное выравнивание.

Тема 8. Скидки как инструмент ценовой политики (1/0,5 час.)

Скидки как инструмент ценовой политики. Виды скидок. Скидки за большой объем закупок (некумулятивные, кумулятивные). Скидки за внесезонную закупку. Скидки за ускорение оплаты. Скидки за поощрение продаж нового товара. Скидки при комплексной закупке товаров. Скидки за возврат. Скидки для постоянных покупателей. Скидки для престижных покупателей. Методы «психологического» ценообразования.

Тема 9. Формирование цен на импортные товары (1/0,5 час.)

Формирование цен на импортные товары. Ценовые поправки при формировании цены международного контракта: коммерческие, технико-экономические (на условия продажи, на серийность (количество), на комплектацию, на валюту предстоящей сделки, на срок предстоящей сделки, на условия платежа, на дополнительные условия контракта, на уторговывание, на разницу в технико-экономических параметрах). Методы определения таможенной стоимости товара: по цене сделки с ввозимыми товарами, по цене сделки с идентичными товарами, по цене сделки с однородными товарами, вычитания стоимости, сложения стоимости, резервный метод. Таможенные платежи. Функции таможенного тарифа. Виды ставок таможенных пошлин. Особые виды пошлин. Тарифные льготы. Порядок расчета налога на добавленную стоимость и акцизов при ввозе товаров на таможенную территорию РФ. Таможенные сборы за таможенное оформление. Таможенные сборы за хранение товаров и транспортных средств. Методика расчета цены на импортные товары.

Тема 10. Формирование цен на экспортные товары (1/0,5 час.)

Основные элементы цены на экспортируемые товары. Классификация цен в зависимости с международной системой «Инкотермс-2000». Порядок установления цены на экспортируемую продукцию. Методы ценообразования на экспортируемую продукцию. Определение таможенной стоимости экспортируемых товаров. Экспортные таможенные пошлины.

Тема 11. Регулирование цен в ходе выполнения контракта (1/0,5 час.)

Виды цен, устанавливаемых в контракте. Методика расчета скользящей цены.

Тема 12. Ценообразование в транспортной сфере (1/0,5 час.)

Особенности установления цен (тарифов) на транспортные услуги.
Экономическая основа и порядок установления транспортных тарифов.

Тема 13. Ценообразование в сфере услуг (1/0,5 час.)

Особенности установления цен (тарифов) в сфере услуг. Обоснование установления цен в туризме. Ценообразование в общественном питании. Ценообразование на гостиничные услуги.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия (54/18 час., в том числе 36/18 час. с использованием методов активного обучения)

Занятие 1. Сущность ценообразования, основные подходы к нему (6/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – семинар-пресс-конференция (4/2 час.)

1. Понятие цены. Основные функции цен.
2. Сущность ценообразования и его роль в деятельности предприятия.
3. Затратный и ценностный подходы к ценообразованию, их особенности, достоинства и недостатки.
4. Факторы, влияющие на формирование цены.
5. Государственное регулирование цен: сущность, методы, особенности в различных странах, влияние на уровень цен.

Занятие 2. Виды цен и порядок их расчёта (9/3 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи) (6/3 час.)

1. Классификация цен в современных условиях.
2. Оптовые цены: виды, порядок расчёта.
3. Порядок расчёта розничных цен.

Занятие 3. Себестоимость как основа определения цены (6/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – семинар-дискуссия (4/2 час.)

1. Затраты предприятия, их виды.
2. Понятие и методы калькуляции себестоимости.
3. Порядок расчёта себестоимости.

Занятие 4. Основные стратегии ценообразования и условия их выбора (12/4 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – деловая игра (8/4 час.)

1. Понятие и сущность стратегии ценообразования.
2. Классификация стратегий ценообразования и условия их выбора.
3. Порядок разработки стратегии ценообразования.
4. Эластичность спроса по цене: расчёт и роль в формировании ценовой стратегии.

Занятие 5. Методы ценообразования (9/3 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – семинар-дискуссия (6/3 час.)

1. Сущность и роль выбора метода ценообразования.
2. Классификация методов ценообразования, условия выбора, достоинства и недостатки.
3. Порядок расчёта цены при различных методах ценообразования.

Занятие 6. Внешнеторговые цены и особенности их расчёта (6/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи) (4/2 час.)

1. Формирование цен на экспортные товары: особенности, расчёт.
2. Формирование цен на импортные товары: особенности, расчёт.

Занятие 7. Особенности ценообразования в отдельных сферах экономической деятельности (6/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи) (4/2 час.)

1. Расчёт цен в транспортной сфере: классификация цен, способы и порядок расчёта.

2. Расчёт цен в сфере услуг: классификация цен, способы и порядок расчёта.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Ценообразование» 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	Раздел I. Сущность, виды,	ПКЗ	знает	конспект (ПР-7); собеседование (УО-1);	Вопросы к экзамену 1, 2, 5, 6, 8

	факторы формирования и порядок расчёта цен			доклад на семинаре (УО-3); тест (ПР-1)	
			умеет	собеседование (УО-1); доклад на семинаре (УО-3); реферат (ПР-4)	Вопросы к экзамену 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8
			владеет	собеседование (УО-1); доклад на семинаре (УО-3); реферат (ПР-4)	Вопросы к экзамену 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
2	Раздел II. Стратегии и методы ценообразования в различных сферах экономической деятельности	ПКЗ	знает	конспект (ПР-7); собеседование (УО-1); доклад на семинаре (УО-3); тест (ПР-1)	Вопросы к экзамену 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 21, 23, 24
			умеет	собеседование (УО-1); доклад на семинаре (УО-3); реферат (ПР-4) деловая игра (ПР-10)	Вопросы к экзамену 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29
			владеет	собеседование (УО-1); доклад на семинаре (УО-3); тест (ПР-1); реферат (ПР-4); деловая игра (ПР-10); разноуровневые задачи (ПР-11)	Вопросы к экзамену 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29

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. Герасименко, В.В. Ценообразование: Учебное пособие / В.В. Герасименко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 224 с. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=Znanium:Znanium-407056&theme=FEFU>
2. Емельянова, Т.В. Ценообразование в организации: практикум: Учебное пособие / Т.В. Емельянова, Е.П. Бабушкина, В.В. Приходько; под ред. Т.В. Емельяновой. – 2-е изд., испр. – Минск: Вышэйшая школа, 2013. – 335 с. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=Znanium:Znanium-509365&theme=FEFU>.
3. Лев, М.Ю. Ценообразование: учебник для вузов / М.Ю. Лев; Московская финансово-юридическая академия. – М.: Юнити-Дана, 2013. – 719 с. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:727165&theme=FEFU>.
4. Слепов, В.А. Ценообразование: Учебное пособие / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова. / Под ред. В.А. Слепова; Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2013. – 144 с. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=Znanium:Znanium-404389&theme=FEFU>

5. Шуляк, П.Н. Ценообразование: Учебно-практическое пособие / П.Н. Шуляк; Российский государственный социальный университет (РГСУ). – 13-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К°, 2012. – 196 с. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=Znanium:Znanium-342026&theme=FEFU>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

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

2. Горина, Г.А. Ценообразование / Г.А. Горина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 127 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/883802>

3. Забелина, Е.А. Ценообразование. Практикум: Учебное пособие / Е.А. Забелина. - Мн.:РИПО, 2016. - 162 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/949764>

4. Завада, Крейг К. Ценовое преимущество: Учебное пособие / М.В. Марн, Э.В. Регнер, К.К. Завада, - 2-е изд. - М.:Альп. Бизнес Букс, 2016. - 317 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/926458>

5. Карпов, С.В. Управление ценами: Учебник / С.В. Карпов, В.Н. Русин, И.В. Рожков. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 236 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/503947>

6. Малис, Н.И. Налоговое регулирование трансфертного ценообразования в России: Учебник / Л.П. Грундел, Н.И. Малис. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 256 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/523356>

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

8. Синичкин, А.М. Оценка качественных характеристик и стоимости ювелирных камней. Художественная ценность изделий в ценообразовании: Учебное пособие / И.А. Капошко, В.Г. Березюк, А.М. Синичкин. - Красноярск: СФУ, 2015. - 124 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/967679>

9. Таги-Заде Фазиль Гусейн-Кули оглы. Тарифная и ценовая политика в жилищной и коммунальной сферах: Монография /А.Н. Ряховская, Ф.Г. Таги-Заде. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 124 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/519772>

10. Чайкина, И.И. Ценообразование: Учебник / М.Д. Магомедов, Е.Ю. Куломзина, И.И. Чайкина. - 3-е изд., перераб. - М.: Дашков и К, 2017. - 248 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/937490>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. 6 методов ценообразования продукта. Режим доступа: <http://powerbranding.ru/cenoobrazovanie/pricing-methods/>

2. Как определяется цена: методы ценообразования и ценовая политика бизнеса. Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/cenovaja-politika-cenoobrazovanie-pribyl-zatraty-konkurencija-vyruchka-marketing/>

3. Понятие цены и ценообразования. Режим доступа: <http://www.milacenter.ru/market/45.html>

4. Ценообразование – Википедия. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Ценообразование>

5. Ценообразование. Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/cenoobrazovanie/cenoobrazovanie.html>

6. Ценообразование – Центр креативных технологий. Режим доступа: <http://www.inventech.ru/lib/pricing/>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
2. Справочно-правовая система «Гарант». Режим доступа: www.garant.ru
3. Справочная система «Кодекс». Режим доступа: <http://www.kodeks.ru/>
4. Программное обеспечение: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint.

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Ценообразование» является экзамен, который проводится в виде тестирования.

В течение учебного семестра обучающимся нужно:

- освоить теоретический материал (30 баллов);
- успешно выполнить аудиторные и контрольные задания (40 баллов);
- своевременно и успешно выполнить все виды самостоятельной работы (30 баллов).

Студент считается аттестованным по дисциплине «Ценообразование» при условии выполнения всех видов текущего контроля и самостоятельной

работы, предусмотренных учебной программой.

Критерии оценки по дисциплине «Ценообразование» 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.

Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины

Оптимальным вариантом планирования и организации студентом времени, необходимого для изучения дисциплины, является равномерное распределение учебной нагрузки, т.е. систематическое ознакомление с теоретическим материалом на лекционных занятиях и закрепление полученных знаний при подготовке и выполнении заданий на практических

занятиях и заданий, предусмотренных для самостоятельной работы студентов.

Подготовку к выполнению заданий на практических занятиях необходимо проводить заранее, чтобы была возможность проконсультироваться с преподавателем по возникающим вопросам. В случае пропуска занятия, необходимо предоставить письменную разработку пропущенного занятия.

Самостоятельную работу следует выполнять согласно графику и требованиям, предложенным преподавателем.

Рекомендации по использованию методов активного обучения

Для повышения эффективности образовательного процесса и формирования активной личности студента важную роль играет такой принцип обучения, как познавательная активность студентов. Целью такого обучения является не только освоение знаний, умений, навыков, но и формирование основополагающих качеств личности, что обуславливает необходимость использования методов активного обучения, без которых невозможно формирование специалиста, способного решать профессиональные задачи в современных рыночных условиях.

Для развития профессиональных навыков и личности студента в качестве методов активного обучения целесообразно использовать деловые игры и ситуационные задачи, представляющие собой описание деловой ситуации, которая реально возникала или возникает в процессе деятельности.

Реализация такого типа обучения по дисциплине «Ценообразование» осуществляется через использование ситуационных заданий, в частности ситуационных задач, которые можно определить как методы имитации принятия решений в различных ситуациях.

Ситуационные задачи предназначены для использования студентами конкретных приемов и концепций при их выполнении для того, чтобы получить достаточный уровень знаний и умений для принятия решений в

аналогичных ситуациях на предприятиях, тем самым, уменьшая разрыв между теоретическими знаниями и практическими умениями.

Решение ситуационных задач студентам предлагается в ходе изучения определенной учебной темы, а знания, полученные на лекциях, должны стать основой для решения этих задач. Из этого следует, что студент должен владеть достаточным уровнем знания теоретического материала, уметь обосновывать и рассчитывать цены на товары и услуги. Это предполагает осознание студентом процесса принятия решений при оценке обосновании цены и вынесения решения по ситуационной задаче.

Студент должен уметь правильно интерпретировать ситуацию, т.е. правильно определять – какие факторы являются наиболее важными в данной ситуации и какое решение необходимо принять.

Таким образом, решение ситуационных задач призвано вырабатывать следующие умения и навыки у студентов:

- работать с увеличивающимся и постоянно обновляющимся потоком информации в области ценообразования, связанного с изменяющейся рыночной ситуацией и применением законодательной базы;

- высказывать и отстаивать свою точку зрения четкой, уверенной и грамотной речью;

- вырабатывать собственное мнение на основе осмысления теоретических знаний и проведения исследований;

- самостоятельно принимать решения.

Технология выполнения ситуационных задач включает в себя организацию самостоятельной работы обучающихся с консультационной поддержкой преподавателя. На этапе ознакомления с задачей студент самостоятельно оценивает ситуацию, изложенную в тексте, исследует теоретический материал, устанавливает ключевые факторы и проводит анализ проблем, изложенных в условии задачи. Затем составляет план действий и оценивает возможности его реализации. По окончании самостоятельного анализа студент должен ответить на вопросы, выполнить

задания и составить письменный отчет по данному заданию.

Рекомендации по работе с литературой

При самостоятельной работе с рекомендуемой литературой студентам необходимо придерживаться определенной последовательности:

– при выборе литературного источника теоретического материала лучше всего исходить из основных понятий изучаемой темы курса, чтобы точно знать, что конкретно искать в том или ином издании;

– для более глубокого усвоения и понимания материала следует читать не только имеющиеся в тексте определения и понятия, но и конкретные примеры;

– чтобы получить более объемные и системные представления по рассматриваемой теме необходимо просмотреть несколько литературных источников (возможно, альтернативных);

– не следует конспектировать весь текст по рассматриваемой теме, так как такой подход не дает возможности осознать материал; необходимо выделить и законспектировать только основные положения, определения и понятия, позволяющие выстроить логику ответа на изучаемые вопросы.

Рекомендации по подготовке к экзамену

Подготовка к экзамену и его результативность также требует у студентов умения оптимально организовывать свое время. Идеально, если студент ознакомился с основными положениями, определениями и понятиями курса в процессе аудиторного изучения дисциплины, тогда подготовка к экзамену позволит систематизировать изученный материал и глубже его усвоить.

Подготовку к экзамену лучше начинать с распределения предложенных контрольных вопросов по разделам и темам курса. Затем необходимо выяснить наличие теоретических источников (конспекта лекций, учебников, учебных пособий).

При изучении материала следует выделять основные положения, определения и понятия, можно их конспектировать. Выделение опорных

положений даст возможность систематизировать представления по дисциплине и, соответственно, результативнее подготовиться к экзамену.

Занятие 1. Сущность ценообразования, основные подходы к нему

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие цены. Основные функции цен.
2. Сущность ценообразования и его роль в деятельности предприятия.
3. Затратный и ценностный подходы к ценообразованию, их особенности, достоинства и недостатки.
4. Факторы, влияющие на формирование цены.
5. Государственное регулирование цен: сущность, методы, особенности в различных странах, влияние на уровень цен.

Целью занятия является формирование и закрепление у студентов знаний понятий «цена», «ценообразование», основных функций цены, их отличительных особенностей и взаимосвязи. Особое внимание требуется уделить основным подходам к ценообразованию, процессу и условиям их выбора, учёту и анализу ценообразующих факторов, что является основой правильного установления цены.

Для достижения поставленной цели используются:

- устный опрос студентов;
- выступления с докладами по темам занятия, с последующим обсуждением;
- семинар – пресс-конференция.

По каждому вопросу плана семинара преподаватель выбирает группу студентов (3-4 человека) в качестве экспертов. Они всесторонне изучают проблему и выделяют докладчика для изложения тезисов по ней. После первого доклада участники семинара, т.е. остальные студенты, задают вопросы, на которые отвечают докладчик и другие члены экспертной группы. Вопросы и ответы составляют центральную часть семинара. На основе вопросов и ответов разворачивается творческая дискуссия, итоги которой подводят сначала докладчик, а затем преподаватель. Аналогичным

образом обсуждаются и другие вопросы плана семинарского занятия. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения темы, оценивает работу экспертных групп, определяет задачи самостоятельной работы.

Методические указания по подготовке к занятию:

При подготовке к занятию рекомендуется в дополнение к лекционному материалу и основной литературе ознакомиться с дополнительной литературой, информацией в периодической печати, источниками сети Интернет, раскрывающими актуальные вопросы ценообразования, его сущность, функции, роль, общие проблемы ценообразования в компании.

По ходу обсуждения необходимо ориентироваться в понятиях цены, ценообразования, функций цены. Центральным звеном в обсуждении должны быть вопросы места ценообразования в деятельности предприятия в современных условиях.

Занятие 2. Виды цен и порядок их расчёта

Вопросы для обсуждения:

1. Классификация цен в современных условиях.
2. Оптовые цены: виды, порядок расчёта.
3. Порядок расчёта розничных цен.

Целью занятия является формирование у студентов целостного представления об основных видах цен, способах и порядке их расчёта, обучение расчёту оптовых и розничных цен на практических примерах.

Для достижения поставленной цели используются:

- устный опрос студентов;
- выступления с докладами по темам занятия, с последующим обсуждением;
- решение задач.

Методические указания для подготовки к занятию:

При подготовке к занятию рекомендуется в дополнение к лекционному материалу и основной литературе ознакомиться с дополнительной литературой, информацией в периодической печати, источниками сети Интернет, раскрывающими различные классификации цен, отличительные особенности видов цен, с точки зрения различных авторов. Следует проанализировать плюсы и минусы классификаций, предлагаемых разными авторами. Особое внимание необходимо обратить на виды цен по характеру обслуживаемого ими оборота, в т.ч. оптовые цены различных видов, розничные, закупочные цены, тарифы на услуги и т.д.

Следует знать и уметь применять способы расчёта оптовой цены предприятия, оптовой (отпускной) цены промышленности, оптовой рыночной цены, розничной цены, уметь начислять НДС и акцизы, рассчитывать размеры и (или) проценты оптовых и торговых надбавок, решать задачи и ситуации, связанные с расчётом одних видов цен на основании имеющихся данных о других видах цен.

Методические указания для решения задач

Основными видами цен являются:

- **оптовая цена предприятия ($O_{цп}$)** – исходная цена производителя, состоящая из себестоимости единицы продукции $C_{ед.}$ и прибыли на единицу продукции $P_{ед.}$: $O_{цп} = C_{ед.} + P_{ед.}$;

- **оптовая отпускная цена промышленности ($O_{оцп}$)** – цена, по которой производитель фактически реализует продукцию на рынке, т.е. оптовая цена предприятия с учётом акциза (A), если таковой взимается с этого товара, и налога на добавленную стоимость (НДС), взимаемого по ставке 18 %, или для товаров первой необходимости по ставке 10 %, с суммы себестоимости, прибыли и акциза: $O_{оцп} = C_{ед.} + P_{ед.} + A + НДС$;

- **оптовая рыночная цена ($O_{рц}$)** – цена, по которой оптовое предприятие, закупившее товар у производителя, реализует его дальше, и

которая состоит из $O_{\text{опт}}$ без НДС и оптовой надбавки $O_{\text{н}}$, включающей издержки обращения и прибыль оптовика, а также НДС: $O_{\text{рц}} = O_{\text{опт без НДС}} + O_{\text{н}} + \text{НДС}$;

- **розничная цена ($P_{\text{ц}}$)** – цена, по которой розничное предприятие, закупившее товар у производителя или оптовика, реализует его конечному потребителю, и которая состоит из $O_{\text{опт}}$ без НДС (при покупке у производителя) или $O_{\text{рц}}$ без НДС (при покупке у оптовика), торговой надбавки $T_{\text{н}}$ и НДС:

$$P_{\text{ц}} = O_{\text{опт без НДС}} + T_{\text{н}} + \text{НДС}$$

Или:

$$P_{\text{ц}} = O_{\text{рц без НДС}} + T_{\text{н}} + \text{НДС}.$$

Задача 1.

Определить отпускную цену промышленности на изделие.

Вариант 1. Себестоимость изделия 120 руб. Рентабельность промышленного предприятия по отношению к себестоимости – 15 %. Ставка НДС – 18 % от отпускной цены промышленности без НДС.

Вариант 2. Себестоимость изделия 200 руб. Рентабельность промышленного предприятия по отношению к себестоимости – 25 %. Ставка НДС – 18 % от отпускной цены промышленности без НДС.

Вариант 3. Себестоимость изделия 1000 руб. Рентабельность промышленного предприятия по отношению к себестоимости – 20 %. Ставка НДС – 18 % от отпускной цены промышленности без НДС.

Вариант 4. Себестоимость изделия 250 руб. Рентабельность промышленного предприятия по отношению к себестоимости – 27 %. Ставка НДС – 18 % от отпускной цены промышленности без НДС.

Вариант 5. Себестоимость изделия 12 руб. Рентабельность промышленного предприятия по отношению к себестоимости – 40 %. Ставка НДС – 18 % от отпускной цены промышленности без НДС.

Пример решения задачи 1.

Определить отпускную цену промышленности на изделие.

Себестоимость изделия 50 руб. Рентабельность промышленного предприятия по отношению к себестоимости – 30 %. Ставка НДС – 18 % от отпускной цены промышленности без НДС.

Отпускная цена промышленности = С + П + А + НДС.

$П = 50 \cdot 0,3 = 15$ руб.

Отпускная цена промышленности без НДС = $50 + 15 = 65$ руб.

НДС = $65 \cdot 0,18 = 11,7$ руб.

Отпускная цена промышленности = $65 + 11,7 = 76,7$ руб.

Задача 2.

Определить отпускную цену промышленности на одну булку хлеба.

Вариант 1. Для производства 400 булок хлеба предприятием закуплено сырье на сумму 5000 руб. с учетом НДС по ставке 10 %. Издержки на производство хлеба предприятия без учета стоимости сырья 2000 руб. Прибыль устанавливается предприятием в размере 20 % от совокупных издержек. Ставка НДС на хлеб – 10 %. Определить отпускную цену промышленности на одну булку хлеба.

Вариант 2. Для производства 100 булок хлеба предприятием закуплено сырье на сумму 1200 руб. с учетом НДС по ставке 10 %. Издержки на производство хлеба предприятия без учета стоимости сырья 800 руб. Прибыль устанавливается предприятием в размере 20 % от совокупных издержек. Ставка НДС на хлеб – 10 %. Определить отпускную цену промышленности на одну булку хлеба.

Вариант 3. Для производства 500 булок хлеба предприятием закуплено сырье на сумму 6000 руб. с учетом НДС по ставке 10 %. Издержки на производство хлеба предприятия без учета стоимости сырья 2500 руб. Прибыль устанавливается предприятием в размере 20 % от совокупных издержек. Ставка НДС на хлеб – 10 %. Определить отпускную цену промышленности на одну булку хлеба.

Вариант 4. Для производства 1000 булок хлеба предприятием закуплено сырье на сумму 11000 руб. с учетом НДС по ставке 10 %. Издержки на производство хлеба предприятия без учета стоимости сырья 4000 руб. Прибыль устанавливается предприятием в размере 20 % от совокупных издержек. Ставка НДС на хлеб – 10 %. Определить отпускную цену промышленности на одну булку хлеба.

Вариант 5. Для производства 700 булок хлеба предприятием закуплено сырье на сумму 7500 руб. с учетом НДС по ставке 10 %. Издержки на производство хлеба предприятия без учета стоимости сырья 2900 руб. Прибыль устанавливается предприятием в размере 20 % от совокупных издержек. Ставка НДС на хлеб – 10 %. Определить отпускную цену промышленности на одну булку хлеба.

Пример решения задачи 2.

Определить отпускную цену промышленности за одну булку хлеба.

Для производства 250 булок хлеба предприятием закуплено сырье на сумму 1500 руб. с учетом НДС по ставке 10 %. Издержки на производство хлеба предприятия без учета стоимости сырья 700 руб. Прибыль устанавливается предприятием в размере 20 % от совокупных издержек. Ставка НДС на хлеб – 10 %. Определить отпускную цену промышленности на одну булку хлеба.

Отпускная цена промышленности = $C + П + А + НДС$.

Стоимость сырья без НДС = $1500 \cdot 100 \% / 110 \% = 1363,64$ руб.

Полная себестоимость = $1363,64 + 700 = 2063,64$ руб.

Прибыль = $2063,64 \cdot 0,2 = 412,73$ руб.

Отпускная цена партии без НДС = $2063,64 + 412,73 = 2476,37$ руб.

НДС = $2476,37 \cdot 0,1 = 247,64$ руб.

Отпускная цена промышленности за партию = $2476,37 + 247,64 = 2724,00$ руб.

Отпускная цена 1 булки = $2724,00 / 250 = 10,90$ руб.

Задача 3.

Рассчитать отпускную цену промышленности за 1 бутылку виноградного вина.

Вариант 1. Себестоимость 1 бутылки виноградного вина емкостью 0,5 л. 200 руб. Прибыль устанавливается предприятием в размере 25 % от себестоимости. Содержание спирта в вине 14 %. Ставка акциза 85 руб. за 1 л. безводного (стопроцентного) этилового спирта, содержащегося в подакцизном товаре. Ставка НДС – 18 %.

Вариант 2. Себестоимость 1 бутылки виноградного вина емкостью 0,5 л. 180 руб. Прибыль устанавливается предприятием в размере 30 % от себестоимости. Содержание спирта в вине 11 %. Ставка акциза 90 руб. за 1 л. безводного (стопроцентного) этилового спирта, содержащегося в подакцизном товаре. Ставка НДС – 18 %.

Вариант 3. Себестоимость 1 бутылки виноградного вина емкостью 0,5 л. 220 руб. Прибыль устанавливается предприятием в размере 30 % от себестоимости. Содержание спирта в вине 13 %. Ставка акциза 92 руб. за 1 л. безводного (стопроцентного) этилового спирта, содержащегося в подакцизном товаре. Ставка НДС – 18 %.

Вариант 4. Себестоимость 1 бутылки виноградного вина емкостью 0,5 л. 250 руб. Прибыль устанавливается предприятием в размере 22 % от себестоимости. Содержание спирта в вине 15 %. Ставка акциза 91 руб. за 1 л. безводного (стопроцентного) этилового спирта, содержащегося в подакцизном товаре. Ставка НДС – 18 %.

Вариант 5. Себестоимость 1 бутылки виноградного вина емкостью 0,5 л. 170 руб. Прибыль устанавливается предприятием в размере 28 % от себестоимости. Содержание спирта в вине 12 %. Ставка акциза 88 руб. за 1 л. безводного (стопроцентного) этилового спирта, содержащегося в подакцизном товаре. Ставка НДС – 18 %.

Пример решения задачи 3.

Рассчитать отпускную цену промышленности за 1 бутылку виноградного вина.

Себестоимость 1 бутылки виноградного вина емкостью 0,5 л. 150 руб. Прибыль устанавливается предприятием в размере 20 % от себестоимости. Содержание спирта в вине 17 %. Ставка акциза 95 руб. за 1 л. безводного (стопроцентного) этилового спирта, содержащегося в подакцизном товаре. Ставка НДС – 18 %.

Решение:

Отпускная цена промышленности = С + П + А + НДС.

Прибыль = $150 \cdot 0,2 = 30$ руб.

Акциз = $(95 \cdot 17 \% / 100 \%) \cdot 0,5 \text{ л.} = 8,08$ руб.

Отпускная цена без НДС = $150 + 30 + 8,08 = 188,08$ руб.

НДС = $188,08 \cdot 0,18 = 33,85$ руб.

Отпускная цена промышленности = $188,08 + 33,85 = 221,93$ руб.

Занятие 3. Себестоимость как основа определения цены

Вопросы для обсуждения:

1. Затраты предприятия, их виды.
2. Понятие и методы калькуляции себестоимости.
3. Порядок расчёта себестоимости.
4. Факторы формирования и пути снижения себестоимости.
5. Пути повышения эффективности использования затрат на предприятии.

Целью занятия является формирование у студентов понимания сущности себестоимости, её видов, знания методов её калькуляции и условий их применения, классификации затрат, входящих в себестоимость, а также умения рассчитывать себестоимость единицы продукции (товара) на практических примерах, предлагать пути её снижения.

Для достижения поставленной цели используются:

- устный опрос студентов;
- выступления с докладами по темам занятия, с последующим обсуждением;
- решение задач;
- семинар-дискуссия «Проблемы формирования себестоимости продукции и услуг на предприятиях, пути снижения затрат и повышения их эффективности».

**Семинар-дискуссия «Проблемы формирования себестоимости
продукции и услуг на предприятиях, пути снижения затрат и
повышения их эффективности»**

В период подготовки (начинается не более, чем за неделю до семинара) во время самостоятельной работы определяется список вопросов для обсуждения, и формируются группы студентов по каждому вопросу. Каждая группа выбирает своего руководителя и согласует его с преподавателем. Каждый руководитель заранее готовит выступление на 5-7 минут, раскрывающее актуальность и значение рассматриваемого вопроса, основные проблемы.

В ходе семинара преподаватель:

- контролирует соблюдение регламента времени, отводимого на каждый вопрос;
- осуществляет руководство обсуждением вопроса (кому предоставить слово для отчета, обеспечение порядка и дисциплины при обсуждении вопроса);
- оказывает помощь каждой группе, отвечающей на вопросы, и др.

Проведение семинара начинается вступительным словом преподавателя. После этого заслушиваются и обсуждаются доклады. Преподаватель и участники групп задают вопросы докладчику и его группе, причём каждый участник не только задает вопросы, но и выдвигает свои гипотезы, спорит,

доказывает свою правоту, обращается к записям лекций и учебных пособий для уточнения своих знаний и нахождения более убедительных и точных аргументов.

Таким образом, обучаемые должны как можно чаще решать проблемы, поставленные ими самими.

Преподаватель делает заключение по каждому вопросу (раскрывает, что составляет суть данного вопроса, указывает, на что обратить особое внимание, дает ответы на вопросы, не получившие должного освещения, и т. д.).

Затем таким же образом обсуждаются все последующие вопросы семинара.

Заключительный этап:

- подводятся итоги семинара;
- оценивается работа каждого обучаемого, причём учитываются как его ответы, так и задаваемые им вопросы, высказываемые суждения, мысли.

Методические указания по подготовке к занятию:

При подготовке к занятию рекомендуется в дополнение к лекционному материалу и основной литературе ознакомиться с дополнительной литературой, информацией в периодической печати, источниками сети Интернет, раскрывающими сущность себестоимости, её виды, способы калькуляции себестоимости, порядок отнесения различных видов затрат на себестоимость. Важно изучить практические примеры и ситуации, связанные с расчётом себестоимости продукции (товаров, работ, услуг) на российских предприятиях, с возникающими в данной области проблемами.

Необходимо знать и уметь применять способы калькуляции себестоимости, уметь рассчитывать цеховую, производственную и полную себестоимость всего объёма продукции и реализуемой продукции, решать задачи и ситуации, связанные с расчётом себестоимости в промышленности, торговле, сфере услуг.

Методические указания для решения задач

Основными видами себестоимости являются:

- **цеховая себестоимость** – совокупность затрат, связанных с изготовлением продукции внутри цеха, складывается из затрат на сырьё и материалы, топливо и электроэнергию, основной и дополнительной оплаты труда, отчислений во внебюджетные фонды (30 % общей оплаты труда), расходов на содержание и эксплуатацию оборудования и цеховых расходов;

- **производственная себестоимость** – совокупность всех затрат, связанных с выпуском продукции, складывается из цеховой себестоимости, общепроизводственных и общехозяйственных расходов;

- **полная себестоимость** – совокупность всех затрат, связанных с производством и реализацией, продукции, складывается из производственной себестоимости и цеховых расходов.

Различают себестоимость всего объёма продукции и себестоимость единицы продукции, равную отношению себестоимости всего объёма к количеству выпущенных единиц продукции.

Эффективность использования затрат выражается, в частности, показателем затрат на рубль продукции – отношением себестоимости к объёму реализации продукции в денежном выражении (выручке от реализации), или отношением себестоимости единицы продукции к цене за единицу продукции.

Задача 1. Определить себестоимость изготовления единицы изделия.

Вариант 1. Годовой выпуск составляет 53000 единиц, затраты на сырьё и материалы – 13600 тыс. руб., основная заработная плата производственных рабочих – 68000 тыс. руб., дополнительная заработная плата – 9,8 %, отчисления во внебюджетные фонды – 30 %, расходы по содержанию и эксплуатации оборудования – 1960 тыс. руб., цеховые расходы – 36 % от основной заработной платы, общепроизводственные расходы – 27 % от

цеховой себестоимости, общехозяйственные – 20 % от цеховой себестоимости, внепроизводственные – 2,7 % от производственной себестоимости.

Вариант 2. Годовой выпуск составляет 80000 единиц, затраты на сырье и материалы – 20400 тыс. руб., основная заработная плата производственных рабочих – 42000 тыс. руб., дополнительная заработная плата – 8 %, отчисления во внебюджетные фонды – 30 %, расходы по содержанию и эксплуатации оборудования – 3000 тыс. руб., цеховые расходы – 25 % от основной заработной платы, общепроизводственные расходы – 24 % от цеховой себестоимости, общехозяйственные – 18 % от цеховой себестоимости, внепроизводственные – 4 % от производственной себестоимости.

Вариант 3. Годовой выпуск составляет 100000 единиц, затраты на сырье и материалы – 30000 тыс. руб., основная заработная плата производственных рабочих – 50000 тыс. руб., дополнительная заработная плата – 15 %, отчисления во внебюджетные фонды – 30 %, расходы по содержанию и эксплуатации оборудования – 7000 тыс. руб., цеховые расходы – 35 % от основной заработной платы, общепроизводственные расходы – 25 % от цеховой себестоимости, общехозяйственные – 15 % от цеховой себестоимости, внепроизводственные – 5 % от производственной себестоимости.

Вариант 4. Годовой выпуск составляет 10000 единиц, затраты на сырье и материалы – 2500 тыс. руб., основная заработная плата производственных рабочих – 4000 тыс. руб., дополнительная заработная плата – 10 %, отчисления во внебюджетные фонды – 30 %, расходы по содержанию и эксплуатации оборудования – 700 тыс. руб., цеховые расходы – 10 % от основной заработной платы, общепроизводственные расходы – 12 % от цеховой себестоимости, общехозяйственные – 12 % от цеховой себестоимости, внепроизводственные – 2 % от производственной себестоимости.

Вариант 5. Годовой выпуск составляет 150000 единиц, затраты на сырье и материалы – 60000 тыс. руб., основная заработная плата производственных рабочих – 90000 тыс. руб., дополнительная заработная плата – 20 %, отчисления во внебюджетные фонды – 30 %, расходы по содержанию и эксплуатации оборудования – 25000 тыс. руб., цеховые расходы – 30 % от основной заработной платы, общепроизводственные расходы – 30 % от цеховой себестоимости, общехозяйственные – 25 % от цеховой себестоимости, внепроизводственные – 8 % от производственной себестоимости.

Пример решения задачи 1.

Определить себестоимость изготовления единицы изделия.

Годовой выпуск составляет 40000 единиц, затраты на сырье и материалы – 10000 тыс. руб., основная заработная плата производственных рабочих – 33000 тыс. руб., дополнительная заработная плата – 9 %, отчисления во внебюджетные фонды – 30 %, расходы по содержанию и эксплуатации оборудования – 1500 тыс. руб., цеховые расходы – 20 % от основной заработной платы, общепроизводственные расходы – 18 % от цеховой себестоимости, общехозяйственные – 16 % от цеховой себестоимости, внепроизводственные – 3 % от производственной себестоимости.

Решение:

Дополнительная заработная плата = $33000 * 0,09 = 2970$ тыс. руб.

Отчисления во внебюджетные фонды = $(33000 + 2970) * 0,3 = 10791$ тыс. руб.

Цеховые расходы = $33000 * 0,2 = 6600$ тыс. руб.

Цеховая себестоимость = $(10000 + 33000 + 2970 + 10791 + 1500 + 6600) = 64861$ тыс. руб.

Общепроизводственные расходы = $64861 * 0,18 = 11674,98$ тыс. руб.

Общехозяйственные расходы = $64861 * 0,16 = 10377,76$ тыс. руб.

Производственная себестоимость = $(64861 + 11674,98 + 10377,76) = 86913,74$ тыс. руб.

Внепроизводственные расходы = $86913,74 * 0,03 = 2607,412$ тыс. руб.

Себестоимость = $(86913,74 + 2607,412) = 89521,152$ тыс. руб.

Себестоимость единицы = $89521,152$ тыс. руб. / 40000 ед. = $2238,03$ руб./ед.

Задача 2. Определить себестоимость единицы продукции.

Вариант 1. В течение планового периода затраты на материалы, используемые при изготовлении продукции, составляют 42340 тыс. руб. Основная заработная плата рабочих, изготавливающих продукцию, равна 24000 тыс. руб., дополнительная заработная плата составит 10,5 % от основной. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования планируется сохранить на уровне отчетного года в размере 8500 тыс. руб. Цеховые расходы составят 78 % от основной заработной платы, общехозяйственные расходы – 26 %, общепроизводственные расходы – 8 % от цеховой себестоимости. Отчисления во внебюджетные фонды – 30 % от оплаты труда. Внепроизводственные расходы составят 3,5 %. Плановый выпуск продукции – 2117 изделий в год.

Вариант 2. В течение планового периода затраты на материалы, используемые при изготовлении продукции, составляют 54000 тыс. руб. Основная заработная плата рабочих, изготавливающих продукцию, равна 31000 тыс. руб., дополнительная заработная плата составит 10 % от основной. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования планируется сохранить на уровне отчетного года в размере 9000 тыс. руб. Цеховые расходы составят 65 % от основной заработной платы, общехозяйственные расходы – 25 %, общепроизводственные расходы – 12 % от цеховой себестоимости. Отчисления во внебюджетные фонды – 30 % от оплаты труда. Внепроизводственные расходы составят 5 %. Плановый выпуск продукции – 3000 изделий в год.

Вариант 3. В течение планового периода затраты на материалы, используемые при изготовлении продукции, составляют 50000 тыс. руб. Основная заработная плата рабочих, изготавливающих продукцию, равна 40000 тыс. руб., дополнительная заработная плата составит 13 % от основной. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования планируется сохранить на уровне отчетного года в размере 10000 тыс. руб. Цеховые расходы составят 80 % от основной заработной платы, общехозяйственные расходы – 20 %, общепроизводственные расходы – 10 % от цеховой себестоимости. Отчисления во внебюджетные фонды – 30 % от оплаты труда. Внепроизводственные расходы составят 7 %. Плановый выпуск продукции – 6000 изделий в год.

Вариант 4. В течение планового периода затраты на материалы, используемые при изготовлении продукции, составляют 35300 тыс. руб. Основная заработная плата рабочих, изготавливающих продукцию, равна 50000 тыс. руб., дополнительная заработная плата составит 25 % от основной. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования планируется сохранить на уровне отчетного года в размере 15000 тыс. руб. Цеховые расходы составят 60 % от основной заработной платы, общехозяйственные расходы – 30 %, общепроизводственные расходы – 25 % от цеховой себестоимости. Отчисления во внебюджетные фонды – 30 % от оплаты труда. Внепроизводственные расходы составят 6 %. Плановый выпуск продукции – 20000 изделий в год.

Вариант 5. В течение планового периода затраты на материалы, используемые при изготовлении продукции, составляют 20000 тыс. руб. Основная заработная плата рабочих, изготавливающих продукцию, равна 32000 тыс. руб., дополнительная заработная плата составит 7 % от основной. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования планируется сохранить на уровне отчетного года в размере 5000 тыс. руб. Цеховые расходы составят 45 % от основной заработной платы, общехозяйственные расходы – 20 %, общепроизводственные расходы – 5 % от цеховой

себестоимости. Отчисления во внебюджетные фонды – 30 % от оплаты труда. Внепроизводственные расходы составят 4 %. Плановый выпуск продукции – 1500 изделий в год.

Пример решения задачи 2.

Определить себестоимость единицы продукции.

В течение планового периода затраты на материалы, используемые при изготовлении продукции, составляют 30000 тыс. руб. Основная заработная плата рабочих, изготавливающих продукцию, равна 40000 тыс. руб., дополнительная заработная плата составит 10 % от основной. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования планируется сохранить на уровне отчетного года в размере 12000 тыс. руб. Цеховые расходы составят 50 % от основной заработной платы, общехозяйственные расходы – 25 %, общепроизводственные расходы – 20 % от цеховой себестоимости. Отчисления во внебюджетные фонды – 30 % от оплаты труда. Внепроизводственные расходы составят 7 %. Плановый выпуск продукции – 1000 изделий в год.

Решение:

Дополнительная заработная плата = $40000 * 0,1 = 4000$ тыс. руб.

Отчисления во внебюджетные фонды = $(40000 + 4000) * 0,3 = 13200$ тыс. руб.

Цеховые расходы = $40000 * 0,5 = 20000$ тыс. руб.

Цеховая себестоимость = $(30000 + 40000 + 4000 + 13200 + 12000 + 20000) = 119200$ тыс. руб.

Общехозяйственные расходы = $119200 * 0,25 = 29800$ тыс. руб.

Общепроизводственные расходы = $119200 * 0,2 = 23840$ тыс. руб.

Производственная себестоимость = $(119200 + 29800 + 23840) = 172840$ тыс. руб.

Внепроизводственные расходы = $172840 * 0,07 = 12098,8$ тыс. руб.

Себестоимость = $(172840 + 12098,8) = 184938,8$ тыс. руб.

Себестоимость единицы продукции = $184938,8 \text{ тыс. руб.} / 1000 \text{ ед.} = 184938,8 \text{ руб./ед.}$

Задача 3. Определить себестоимость единицы изделия.

Вариант 1. Годовой выпуск изделия составляет 12790 единиц, объем реализации – 32800 тыс. руб., затраты на рубль продукции – 0,94 руб.

Вариант 2. Годовой выпуск изделия составляет 17500 единиц, объем реализации – 44000 тыс. руб., затраты на рубль продукции – 0,85 руб.

Вариант 3. Годовой выпуск изделия составляет 24000 единиц, объем реализации – 72400 тыс. руб., затраты на рубль продукции – 1,07 руб.

Вариант 4. Годовой выпуск изделия составляет 1400 единиц, объем реализации – 9300 тыс. руб., затраты на рубль продукции – 0,96 руб.

Вариант 5. Годовой выпуск изделия составляет 72000 единиц, объем реализации – 300916 тыс. руб., затраты на рубль продукции – 0,74 руб.

Пример решения задачи 3.

Определить себестоимость единицы изделия.

Годовой выпуск изделия составляет 20000 единиц, объем реализации – 10600 тыс. руб., затраты на рубль продукции – 0,9 руб.

Решение:

Цена за единицу изделия = $10600 \text{ тыс. руб.} / 20000 \text{ ед.} = 530 \text{ руб./ед.}$

Себестоимость единицы изделия = $530 * 0,9 = 477 \text{ руб./ед.}$

Занятие 4. Основные стратегии ценообразования и условия их выбора

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и сущность стратегии ценообразования.
2. Классификация стратегий ценообразования и условия их выбора.
3. Порядок разработки стратегии ценообразования.
4. Эластичность спроса по цене: расчёт и роль в формировании ценовой стратегии.

Целью занятия является формирование у студентов целостного представления о сущности стратегии ценообразования, основных видах и условиях их использования, порядке разработки и внедрения, выборе из нескольких альтернатив, обучение практическим навыкам разработки стратегии, а также умению формировать цены, исходя из имеющихся коэффициентов эластичности спроса по цене.

Для достижения поставленной цели используются:

- устный опрос студентов;
- выступления с докладами по темам занятия, с последующим обсуждением;
- решение задач;
- деловая игра «Выбор стратегии ценообразования».

Методические указания для подготовки к занятию:

При подготовке к занятию требуется изучить теоретические и практические аспекты формирования стратегии ценообразования на предприятии. В первую очередь, следует чётко знать понятие «стратегии» вообще и ценовой стратегии, в особенности, понимать сущность стратегии ценообразования, роль в деятельности предприятия, виды стратегий, условия и порядок их применения. Необходимо также проанализировать и проработать различные практические ситуации, связанные с обоснованием, выбором и разработкой ценовых стратегий. Для этого требуется, в дополнение к лекционному материалу и основной литературе, ознакомиться с дополнительной литературой, информацией в периодической печати, источниками сети Интернет, раскрывающими актуальные вопросы обоснования, разработки и реализации стратегии ценообразования. Особое внимание обратить на поиск и изучение практических ситуаций, связанных с разработкой ценовой стратегии, с использованием материалов СМИ и сети Интернет. Важно, кроме того, знать и уметь применять при разработке ценовой стратегии важнейшие экономические показатели деятельности

предприятия: выручку от реализации, себестоимость, прибыль, валовую маржу, условно-переменные и условно-постоянные издержки и т.д.

Деловая игра «Выбор стратегии ценообразования»

Для выполнения задания по деловой игре студенты подразделяются на 5 примерно равных подгрупп, исходя из общей численности студенческой группы. Каждой группе даётся один из нижеследующих вариантов задания для определённого предприятия, таким образом, группы выступают в роли руководителей своего предприятия, отвечающих за разработку стратегии ценообразования.

Группы разрабатывают и обосновывают стратегии ценообразования для своего предприятия, независимо друг от друга, на основании представленных данных и накопленных теоретических знаний. По результатам проведённой работы каждая группа предоставляет отчёт и готовит доклад, а также презентацию. Группы обмениваются вопросами, замечаниями, рекомендациями, в конце занятия преподаватель подводит общий итог.

Предприятие 1

Предприятие 1 занимается добычей и переработкой рыбы и рыбопродукции. Его рыночная доля 15 %. Основными конкурентами являются предприятие 2 (рыночная доля 50 %), предприятие 3 (рыночная доля 10 %) и предприятие 5 (рыночная доля 7 %).

Издержки производства фирмы за год характеризуются следующими данными:

Таблица 1 – Статьи издержек производства предприятия 1

Статьи издержек	Сумма, тыс. руб.
1. Сырье и материалы	32780
2. Покупные изделия и полуфабрикаты	18910

3. Расходы топлива и энергии на технологические нужды	10090
4. Заработная плата и отчисления	264720
5. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	27730
6. Общецеховые расходы	32780
7. Общепроизводственные расходы	31510
8. Реклама	3780
9. Транспортные расходы	63030
10. Прочие расходы	94540

Фирма производит и реализует в год 4350 тн. продукции. Средняя цена 1 кг. – 310 руб. В прошлом году средняя цена 1 кг. продукции составляла 290 руб. при объеме продаж 4900 тн.

Взяв выручку с учётом НДС за 100 %, сравним данные об основных экономических показателях конкурентов предприятия 1. Данные о конкурентах приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Данные о конкурентах предприятия 1 (%)

Показатели	Предпри- ятие 1	Предпри- ятие 2	Предпри- ятие 3	Предпри- ятие 5
Издержки производства	43	40	48	46
Издержки обращения	8	8	10	12
Маркетинговые затраты	7	7	4	3
Прибыль	27	30	23	24
Издержки производства/прибыль	159	133	209	192
Издержки обращения/прибыль	30	27	43	50
Маркетинговые затраты/прибыль	26	23	17	13

Разработайте стратегию ценообразования для предприятия 1.

Предприятие 2

Предприятие 2 занимается добычей и переработкой рыбы и рыбопродукции. Его рыночная доля 50 %. Основными конкурентами являются предприятие 1 (рыночная доля 15 %), предприятие 3 (рыночная доля 10 %) и предприятие 5 (рыночная доля 7 %).

Издержки производства фирмы за год характеризуются следующими данными:

Таблица 1 – Статьи издержек производства предприятия 2

Статьи издержек	Сумма, тыс. руб.
1. Сырье и материалы	81960
2. Покупные изделия и полуфабрикаты	47280
3. Расходы топлива и энергии на технологические нужды	25220
4. Заработная плата и отчисления	661960
5. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	69350
6. Общецеховые расходы	81960
7. Общепроизводственные расходы	78800
8. Реклама	9460
9. Транспортные расходы	157610
10. Прочие расходы	236410

Фирма производит и реализует в год 14500 тн. продукции. Средняя цена 1 кг. – 250 руб. В прошлом году средняя цена 1 кг. продукции составляла 230 руб. при объеме продаж 16200 тн.

Взяв выручку с учётом НДС за 100 %, сравним данные об основных экономических показателях конкурентов предприятия 2. Данные о конкурентах приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Данные о конкурентах предприятия 2 (%)

Показатели	Предпри- ятие 1	Предпри- ятие 2	Предпри- ятие 3	Предпри- ятие 5
Издержки производства	43	40	48	46
Издержки обращения	8	8	10	12
Маркетинговые затраты	7	7	4	3
Прибыль	27	30	23	24
Издержки производства/прибыль	159	133	209	192
Издержки обращения/прибыль	30	27	43	50
Маркетинговые затраты/прибыль	26	23	17	13

Разработайте стратегию ценообразования для предприятия 2.

Предприятие 3

Предприятие 3 занимается добычей и переработкой рыбы и рыбопродукции. Его рыночная доля 10 %. Основными конкурентами являются предприятие 1 (рыночная доля 15 %), предприятие 2 (рыночная доля 50 %) и предприятие 5 (рыночная доля 7 %).

Издержки производства фирмы за год характеризуются следующими данными:

Таблица 1 – Статьи издержек производства предприятия 3

Статьи издержек	Сумма, тыс. руб.
1. Сырье и материалы	25180
2. Покупные изделия и полуфабрикаты	14530
3. Расходы топлива и энергии на технологические нужды	7750
4. Заработная плата и отчисления	203350
5. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	21300

6. Общецеховые расходы	25180
7. Общепроизводственные расходы	24210
8. Реклама	2910
9. Транспортные расходы	48420
10. Прочие расходы	72630

Фирма производит и реализует в год 2900 тн. продукции. Средняя цена 1 кг. – 320 руб. В прошлом году средняя цена 1 кг. продукции составляла 300 руб. при объеме продаж 2530 тн.

Взяв выручку с учётом НДС за 100 %, сравним данные об основных экономических показателях конкурентов предприятия 3. Данные о конкурентах приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Данные о конкурентах предприятия 3 (%)

Показатели	Предпри- ятие 1	Предпри- ятие 2	Предпри- ятие 3	Предпри- ятие 5
Издержки производства	43	40	48	46
Издержки обращения	8	8	10	12
Маркетинговые затраты	7	7	4	3
Прибыль	27	30	23	24
Издержки производства/прибыль	159	133	209	192
Издержки обращения/прибыль	30	27	43	50
Маркетинговые затраты/прибыль	26	23	17	13

Разработайте стратегию ценообразования для предприятия 3.

Предприятие 4

Предприятие 4 занимается добычей и переработкой рыбы и рыбопродукции. Его рыночная доля 2 %. Основными конкурентами являются предприятие 1 (рыночная доля 15 %), предприятие 2 (рыночная доля 50 %),

предприятие 3 (рыночная доля 10 %) и предприятие 5 (рыночная доля 7 %). Само предприятие 4, в силу маленькой рыночной доли, не считается основным конкурентом.

Издержки производства фирмы за год характеризуются следующими данными:

Таблица 1 – Статьи издержек производства предприятия 4

Статьи издержек	Сумма, тыс. руб.
1. Сырье и материалы	5140
2. Покупные изделия и полуфабрикаты	2970
3. Расходы топлива и энергии на технологические нужды	1580
4. Заработная плата и отчисления	41520
5. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	4350
6. Общецеховые расходы	5140
7. Общепроизводственные расходы	4940
8. Реклама	590
9. Транспортные расходы	9890
10. Прочие расходы	14830

Фирма производит и реализует в год 580 тн. продукции. Средняя цена 1 кг. – 280 руб. В прошлом году средняя цена 1 кг. продукции составляла 275 руб. при объеме продаж 640 т.

Взяв выручку с учётом НДС за 100 %, сравним данные об основных экономических показателях конкурентов предприятия 4. Данные о конкурентах приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Данные о конкурентах предприятия 4 (%)

Показатели	Предпри- ятие 4	Предпри- ятие 1	Предпри- ятие 2	Предпри- ятие 3	Предпри- ятие 5
Издержки	56	43	40	48	46

производства					
Издержки обращения	12	8	8	10	12
Маркетинговые затраты	8	7	7	4	3
Прибыль	9	27	30	23	24
Издержки производства/прибыль	622	159	133	209	192
Издержки обращения/прибыль	133	30	27	43	50
Маркетинговые затраты/прибыль	89	26	23	17	13

Разработайте стратегию ценообразования для предприятия 4.

Предприятие 5

Предприятие 5 занимается добычей и переработкой рыбы и рыбопродукции. Его рыночная доля 7 %. Основными конкурентами являются предприятие 1 (рыночная доля 15 %), предприятие 2 (рыночная доля 50 %) и предприятие 3 (рыночная доля 10 %).

Издержки производства фирмы за год характеризуются следующими данными:

Таблица 1 – Статьи издержек производства предприятия 5

Статьи издержек	Сумма, тыс. руб.
1. Сырье и материалы	1847
2. Покупные изделия и полуфабрикаты	1066
3. Расходы топлива и энергии на технологические нужды	568
4. Заработная плата и отчисления	14921
5. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	1563

6. Общецеховые расходы	1847
7. Общепроизводственные расходы	1776
8. Реклама	213
9. Транспортные расходы	3553
10. Прочие расходы	5329

Фирма производит и реализует в год 2030 тн. продукции. Средняя цена 1 кг. – 350 руб. В прошлом году средняя цена 1 кг. продукции составляла 330 руб. при объеме продаж 1920 тн.

Взяв выручку с учётом НДС за 100 %, сравним данные об основных экономических показателях конкурентов предприятия 5. Данные о конкурентах приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Данные о конкурентах предприятия 5 (%)

Показатели	Предпри- ятие 1	Предпри- ятие 2	Предпри- ятие 3	Предпри- ятие 5
Издержки производства	43	40	48	46
Издержки обращения	8	8	10	12
Маркетинговые затраты	7	7	4	3
Прибыль	27	30	23	24
Издержки производства/прибыль	159	133	209	192
Издержки обращения/прибыль	30	27	43	50
Маркетинговые затраты/прибыль	26	23	17	13

Разработайте стратегию ценообразования для предприятия 5.

Методические указания для решения задачи

Маржинальная прибыль – это разность между выручкой от реализации и переменными затратами (на весь объём продаж товара) или между ценой за единицу товара и переменными затратами на единицу товара. Выручка от реализации – это произведение цены (P) на количество проданного товара (Q). При изменении цены количество проданного товара изменяется в обратной зависимости, в соответствии с законом спроса. При этом Q может изменяться по-разному, в зависимости от коэффициента эластичности спроса по цене (Кэл.). Коэффициент рассчитывается по формуле:

$$\text{Кэл.} = \Delta Q (\text{в } \%) / \Delta P (\text{в } \%) ,$$

где: ΔQ (в %) – процентное изменение объёма продаж в натуральном выражении (спроса) в отчётном периоде по сравнению с предыдущим;

ΔP (в %) – процентное изменение цены в отчётном периоде по сравнению с предыдущим.;

Задача. Определить цену, максимизирующую маржинальную прибыль при производстве товара.

Вариант 1. Переменные расходы на производство единицы товара составили 7000 руб. Коэффициент эластичности спроса по цене по этому товару равен (– 2). Предполагаемый объём продаж по цене 9000 руб. составит 9 тыс. штук. Возможные варианты цены 9500, 10200, 10500 руб.

Вариант 2. Переменные расходы на производство единицы товара составили 10000 руб. Коэффициент эластичности спроса по цене по этому товару равен (– 2,2). Предполагаемый объём продаж по цене 14000 руб. составит 14 тыс. штук. Возможные варианты цены 14500, 15200, 15500 руб.

Вариант 3. Переменные расходы на производство единицы товара составили 1000 руб. Коэффициент эластичности спроса по цене по этому товару равен (– 1,4). Предполагаемый объём продаж по цене 2000 руб. составит 2 тыс. штук. Возможные варианты цены 2200, 2500, 2800 руб.

Вариант 4. Переменные расходы на производство единицы товара составили 10000 руб. Коэффициент эластичности спроса по цене по этому

товару равен ($-1,5$). Предполагаемый объем продаж по цене 12000 руб. составит 12 тыс. штук. Возможные варианты цены 12500, 13200, 13500 руб.

Вариант 5. Переменные расходы на производство единицы товара составили 500 руб. Коэффициент эластичности спроса по цене по этому товару равен ($-1,9$). Предполагаемый объем продаж по цене 800 руб. составит 800 штук. Возможные варианты цены 1000, 1200, 1400 руб.

Пример решения задачи.

Определить цену, максимизирующую маржинальную прибыль при производстве товара.

Переменные расходы на производство единицы товара составили 3000 руб. Коэффициент эластичности спроса по цене по этому товару равен ($-1,97$). Предполагаемый объем продаж по цене 5000 руб. составит 5 тыс. штук. Возможные варианты цены 5500, 6200, 6500 руб.

Решение:

Коэффициент эластичности указывает на то, что изменение спроса, вызванное изменением цены одной единицы товара, будет больше изменения самой цены в 1,97 раза.

Если цена составит 5500 руб., значит, изменение цены составит 500 руб., а спрос снизится на $500 \cdot 1,97 = 985$ штук; т.е. будет продано $5000 - 985 = 4015$ штук. Тогда маржинальная прибыль составит $(5500 - 3000)$ руб./шт. $\cdot 4015$ шт. = 10037,5 тыс. руб.

Если цена составит 6200 руб., изменение цены составит 1200 руб., и будет продано на $1200 \cdot 1,97 = 2364$ единицы товара меньше, т.е. $5000 - 2364 = 2636$ штук. Маржинальная прибыль будет равна $(6200 - 3000)$ руб./шт. $\cdot 2636$ шт. = 8435,2 тыс. руб.

При цене, равной 6500 руб., изменение цены составит 1500 руб., и спрос уменьшится на $1500 \cdot 1,97 = 2955$ штук. Будет реализовано $5000 - 2955 = 2045$ единиц товара. Маржинальная прибыль составит $(6500 - 3000)$ руб./шт. $\cdot 2045$ шт. = 7157,5 тыс. руб.

Таким образом, из предложенных трех вариантов установления цены за одну единицу, максимизирует маржинальную прибыль вариант, при котором цена составляет 5500 руб.

Занятие 5. Методы ценообразования

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность и роль выбора метода ценообразования.
2. Классификация методов ценообразования, условия выбора, достоинства и недостатки.
3. Порядок расчёта цены при различных методах ценообразования.
4. Пути совершенствования методов ценообразования.

Целью занятия является формирование у студентов целостного представления о сущности, видах, порядке выбора и использования методов ценообразования, обучение практическим навыкам такого использования, а также умению решать задачи, связанные с применением различных методов ценообразования.

Для достижения поставленной цели используются:

- устный опрос студентов;
- выступления с докладами по темам занятия, с последующим обсуждением;
- решение задач;
- семинар-дискуссия «Проблемы использования и совершенствования методов ценообразования на предприятиях в современных условиях».

Методические указания для подготовки к занятию:

При подготовке к занятию рекомендуется в дополнение к лекционному материалу и основной литературе ознакомиться с дополнительной литературой, информацией в периодической печати, источниками сети Интернет, раскрывающими понятие, роль, виды методов ценообразования. Важно изучить практические примеры и ситуации, связанные с применением

различных методов ценообразования на российских предприятиях, с возникающими в данной области проблемами.

Необходимо знать и уметь применять различные методы ценообразования, уметь рассчитывать на основании методов различные виды цен, решать задачи и ситуации, связанные с их применением в промышленности, торговле, сфере услуг. Особое внимание следует обратить на применение ценностного (маркетингового) метода ценообразования.

Семинар-дискуссия «Проблемы использования и совершенствования методов ценообразования на предприятиях в современных условиях»

В период подготовки (начинается не более, чем за неделю до семинара) во время самостоятельной работы определяется список вопросов для обсуждения, и формируются группы студентов по каждому вопросу. Каждая группа выбирает своего руководителя и согласует его с преподавателем. Каждый руководитель заранее готовит выступление на 5-7 минут, раскрывающее актуальность и значение рассматриваемого вопроса, основные проблемы.

В ходе семинара преподаватель:

- контролирует соблюдение регламента времени, отводимого на каждый вопрос;
- осуществляет руководство обсуждением вопроса (кому предоставить слово для отчета, обеспечение порядка и дисциплины при обсуждении вопроса);
- оказывает помощь каждой группе, отвечающей на вопросы, и др.

Проведение семинара начинается вступительным словом преподавателя. После этого заслушиваются и обсуждаются доклады. Преподаватель и участники групп задают вопросы докладчику и его группе, причём каждый участник не только задает вопросы, но и выдвигает свои гипотезы, спорит,

доказывает свою правоту, обращается к записям лекций и учебных пособий для уточнения своих знаний и нахождения более убедительных и точных аргументов.

Таким образом, обучаемые должны как можно чаще решать проблемы, поставленные ими самими.

Преподаватель делает заключение по каждому вопросу (раскрывает, что составляет суть данного вопроса, указывает, на что обратить особое внимание, дает ответы на вопросы, не получившие должного освещения, и т. д.).

Затем таким же образом обсуждаются все последующие вопросы семинара.

Заключительный этап:

- подводятся итоги семинара;
- оценивается работа каждого обучаемого, причём учитываются как его ответы, так и задаваемые им вопросы, высказываемые суждения, мысли.

Методические указания для решения задач

Прибыль от продажи товарного ассортимента формируется, как разность между общей выручкой от реализации и всеми прямыми и косвенными затратами. Выручка от реализации каждого товара – это произведение его продажной цены на сбыт в натуральном выражении. Сумма этих произведений даёт общую выручку от реализации. Аналогично рассчитываются общие прямые и косвенные затраты: как суммы произведений соответствующих затрат по товару на физические объёмы сбыта этих товаров. Следует учитывать, что общая величина косвенных затрат не меняется при добавлении или исключении какого-либо товара. Следовательно, в этом случае меняется величина косвенных затрат в расчёте на какой-либо товар.

Балльный метод основан на выставлении оценок за качество какого-либо товара по определённой шкале (например, от 1 до 100). На этом основании можно сравнивать по качеству различные товары или аналогичные товары разных продавцов. Могут быть рассчитаны средняя балльная оценка товаров (сумма баллов по всем товарам, делённая на количество товаров) и индивидуальный (потоварный) коэффициент, как отношение балльной оценки товара к средней балльной оценке. Соответственно, рассчитывается средняя рыночная цена (сумма цен на товары, делённая на количество товаров). Произведение средней рыночной цены на потоварный коэффициент даёт искомую цену данного товара, рассчитанную балльным методом.

Задача 1. Рассчитайте прибыль от продажи всего ассортимента товаров методом калькуляции, оптимизируйте ассортиментный набор с позиции прибыльности. Доля косвенных затрат 40 % от основных. Данные для расчета представлены в таблице.

Вариант 1.

Показатели	А	Б	В
Продажная цена, руб.	120	70	150
Сбыт, тыс. шт.	150	400	200
Прямые затраты, тыс. руб.	11000	15000	19000

Вариант 2.

Показатели	А	Б	В
Продажная цена, руб.	100	90	80
Сбыт, тыс. шт.	250	400	500
Прямые затраты, тыс. руб.	22000	27000	25000

Вариант 3.

Показатели	А	Б	В
Продажная цена, руб.	150	120	170
Сбыт, тыс. шт.	400	500	600
Прямые затраты, тыс. руб.	25000	24000	28000

Вариант 4.

Показатели	А	Б	В
Продажная цена, руб.	100	90	80
Сбыт, тыс. шт.	250	400	500
Прямые затраты, тыс. руб.	22000	27000	25000

Вариант 5.

Показатели	А	Б	В
Продажная цена, руб.	200	250	120
Сбыт, тыс. шт.	300	220	400
Прямые затраты, тыс. руб.	30000	25000	30000

Пример решения задачи 1. Рассчитайте прибыль от продажи всего ассортимента товаров методом калькуляции, оптимизируйте ассортиментный набор с позиции прибыльности. Доля косвенных затрат 40 % от основных. Данные для расчета представлены в таблице.

Показатели	А	Б	В
Продажная цена, руб.	90	80	100
Сбыт, тыс. шт.	200	500	300
Прямые затраты, тыс. руб.	13000	2 000	20000

Решение:

Показатели	А	Б	В	Итого
1. Продажная цена, руб.	90	80	100	
2. Сбыт, тыс. шт.	200	500	300	
3. Прямые затраты, тыс. руб.	13000	28000	20000	61000
4. Выручка, тыс. руб. (стр.1×стр.2)	18000	40000	30000	88000
5. Косвенные затраты, тыс. руб. (0,4×стр.3)	5200	11200	8000	24400
6. Прибыль, тыс. руб. (стр.4- стр.3-стр.5)	-200	800	2000	2600

Вывод по результатам калькуляции на базе полных затрат: товар А неприбыльный, его нужно исключить из ассортимента. Калькуляция на базе прямых затрат:

По товарам А, Б, В:

Товар А: Валовая маржа (выручка - прямые затраты) = $18000 - 13000 = 5000$ тыс. руб.

Товар Б: Валовая маржа = $40000 - 28000 = 12000$ тыс. руб.

Товар В: Валовая маржа = $30000 - 20000 = 10000$ тыс. руб.

Итого: $5\ 000 + 12\ 000 + 10\ 000 = 27000$ тыс. руб.

Прибыль = Валовая маржа – косвенные затраты = $27000 - 24400 = 2600$ тыс. руб.

Аналогично рассчитаем прибыль для ассортимента товаров Б и В:

Итого валовая маржа $12000 + 10000 = 22000$ тыс. руб.

Прибыль = $22000 - 24400 = -2400$ тыс. руб.

Решение об удалении товара А было неверным: он вносит на покрытие общих затрат 500 млн. руб. и если исключить товар А, то эта сумма должна будет увеличить цены на товары Б, В, что снизит сбыт и конкурентоспособность.

Задача 2. Определите цену на товар предприятия 1 балльным методом. Кроме предприятия 1, этот товар выпускают предприятия 2 и 3.

Вариант 1. Цена предприятия 1 на товар – 72 руб., предприятия 2 – 60 руб., предприятия 3 – 80 руб. Средневзвешенные индексы изделий предприятий 1, 2, 3 равны, соответственно, 75, 70, 90 баллов.

Вариант 2. Цена предприятия 1 на товар – 50 руб., предприятия 2 – 55 руб., предприятия 3 – 70 руб. Средневзвешенные индексы изделий предприятий 1, 2, 3 равны, соответственно, 80, 85, 82 балла.

Вариант 3. Цена предприятия 1 на товар – 100 руб., предприятия 2 – 150 руб., предприятия 3 – 120 руб. Средневзвешенные индексы изделий предприятий 1, 2, 3 равны, соответственно, 80, 78, 86 баллов.

Вариант 4. Цена предприятия 1 на товар – 1000 руб., предприятия 2 – 950 руб., предприятия 3 – 800 руб. Средневзвешенные индексы изделий предприятий 1, 2, 3 равны, соответственно, 80, 75, 72 балла.

Вариант 5. Цена предприятия 1 на товар – 120 руб., предприятия 2 – 150 руб., предприятия 3 – 200 руб. Средневзвешенные индексы изделий предприятий 1, 2, 3 равны, соответственно, 85, 90, 90 баллов.

Пример решения задачи 2. Цена предприятия 1 на товар – 55 руб., предприятия 2 – 50 руб., предприятия 3 – 48 руб. Средневзвешенные индексы изделий предприятий 1, 2, 3 равны, соответственно, 80, 70, 85 баллов.

Решение:

Средняя балльная оценка = Сумма общих баллов по товарам /
Количество товаров = $(80 + 70 + 85)/3 = 78,3$ балла.

Индивидуальный (потоварный) коэффициент = Общий балл товара /
Средняя балльная оценка товара = $80/78,3 = 1,0217$.

Средняя рыночная цена товара = Сумма цен на товары / Количество товаров = $(55 + 50 + 48)/3 = 51$ руб.

Цена товара предприятия 1 = $51 * 1,0217 = 52,4$ руб.

Занятие 6. Внешнеторговые цены и особенности их расчёта

Вопросы для обсуждения:

1. Формирование цен на экспортные товары: особенности, расчёт.
2. Формирование цен на импортные товары: особенности, расчёт.

Целью занятия является формирование у студентов знаний об особенностях расчёта цен на импортные и экспортные товары, в т.ч. о методах расчёта, условиях их выбора, а также обучение практическим навыкам определения цен как экспортные, так и на импортные товары.

Для достижения поставленной цели используются:

- устный опрос студентов;
- выступления с докладами по темам занятия, с последующим обсуждением;
- решение задач.

Методические указания для подготовки к занятию:

При подготовке к занятию рекомендуется в дополнение к лекционному материалу и основной литературе ознакомиться с дополнительной литературой, информацией в периодической печати, источниками сети Интернет, раскрывающими сущность и особенности внешнеторговых цен, порядок и методы расчёта цен на экспортные и импортные товары. Важно изучить практические примеры и ситуации, связанные с ценообразованием на экспортные и импортные товары, с возникающими в данной области проблемами. Необходимо знать и уметь применять различные методы ценообразования на экспортные и импортные товары, уметь рассчитывать на основании методов различные виды внешнеторговых цен.

Методические указания для решения задач

При импорте товаров их конечная (растаможенная) стоимость рассчитывается, как сумма таможенной стоимости (стоимости закупки), таможенной пошлины и таможенных сборов, а также НДС. НДС берётся по

ставке 18 % от суммы таможенной стоимости и таможенной пошлины. Далее при перепродаже товаров оптовые и торговые надбавки, суммы НДС и т.д., рассчитываются общепринятыми способами.

Задача. Закуплена партия охлажденного мяса крупного рогатого скота на 6000 долларов по цене 1,2 доллара за 1 кг. Ставка таможенной пошлины 15 %, но не менее 0,20 евро за 1 кг. Сборы за таможенное оформление составляют 0,15 % от таможенной стоимости партии. НДС взимается при таможенном оформлении по ставке 18 %.

Рассчитайте оптовую цену 1 кг мяса.

Вариант 1. Оптовая надбавка составляет 30 % от растаможенной стоимости партии без НДС, а курс евро и доллара на момент пересечения товаром границы был 80 и 70 рублей соответственно.

Вариант 2. Оптовая надбавка составляет 20 % от растаможенной стоимости партии без НДС, а курс евро и доллара на момент пересечения товаром границы был 70 и 60 рублей соответственно.

Вариант 3. Оптовая надбавка составляет 35 % от растаможенной стоимости партии без НДС, а курс евро и доллара на момент пересечения товаром границы был 75 и 70 рублей соответственно.

Вариант 4. Оптовая надбавка составляет 28 % от растаможенной стоимости партии без НДС, а курс евро и доллара на момент пересечения товаром границы был 65 и 60 рублей соответственно.

Вариант 5. Оптовая надбавка составляет 40 % от растаможенной стоимости партии без НДС, а курс евро и доллара на момент пересечения товаром границы был 80 и 65 рублей соответственно.

Пример решения задачи. Закуплена партия охлажденного мяса крупного рогатого скота на 6000 долларов по цене 1,2 доллара за 1 кг. Ставка таможенной пошлины 15 %, но не менее 0,20 евро за 1 кг. Сборы за таможенное оформление составляют 0,15 % от таможенной стоимости партии. НДС взимается при таможенном оформлении по ставке 18 %.

Рассчитайте оптовую цену 1 кг мяса, если оптовая надбавка составляет 25 % от растаможенной стоимости партии без НДС, а курс евро и доллара на момент пересечения товаром границы был 75 и 65 рублей соответственно.

Решение:

Рассчитаем таможенную стоимость партии в рублях.

$6000 \text{ долл.} * 65 \text{ руб.} = 390000 \text{ рублей.}$

Найдем количество килограмм в партии.

$6000 \text{ долл.} : 1,2 \text{ долл.} = 5000 \text{ кг.}$

Рассчитаем таможенную пошлину:

- по ставке 15 % от таможенной стоимости партии

$390000 \text{ руб.} * 15 \% : 100 \% = 58500 \text{ рублей;}$

- по ставке 0,20 евро за 1 кг

$5000 \text{ кг} * 0,20 \text{ евро} * 75 \text{ руб.} = 75000 \text{ рублей.}$

По второму способу расчета сумма пошлины получается больше, чем по первому. Следовательно, предприятие заплатит 75000 рублей.

Найдем сумму таможенных сборов:

$390000 \text{ руб.} * 0,15 \% : 100 \% = 585 \text{ рублей.}$

Стоимость растаможенной партии товара без НДС:

$390000 \text{ руб.} + 75000 \text{ руб.} + 585 \text{ руб.} = 465585 \text{ рублей.}$

НДС, уплачиваемый при таможенном оформлении:

$(390000 \text{ руб.} + 75000 \text{ руб.}) * 18 \% : 100 \% = 83700 \text{ рублей.}$

Стоимость растаможенной партии:

$465585 \text{ руб.} + 83700 \text{ руб.} = 549285 \text{ рублей.}$

Оптовая надбавка предприятия с учётом НДС:

$549285 \text{ руб.} * 25 \% : 100 \% = 137321,3 \text{ рублей.}$

Оптовая стоимость партии:

$549285 \text{ руб.} + 137321,3 \text{ руб.} = 686606,25 \text{ рублей.}$

Оптовая цена 1 кг мяса:

$686606,25 \text{ руб.} : 5000 = 137,32 \text{ рубля.}$

Занятие 7. Особенности ценообразования в отдельных сферах экономической деятельности

Вопросы для обсуждения:

1. Расчёт цен в транспортной сфере: классификация цен, способы и порядок расчёта.
2. Расчёт цен в сфере услуг: классификация цен, способы и порядок расчёта.

Целью занятия является формирование у студентов знаний об особенностях расчёта цен в транспортной сфере и в сфере услуг, в т.ч. о методах расчёта, условиях их выбора, а также обучение практическим навыкам определения цен, как на транспорте, так и в сфере услуг.

Для достижения поставленной цели используются:

- устный опрос студентов;
- выступления с докладами по темам занятия, с последующим обсуждением.

Методические указания для подготовки к занятию:

При подготовке к занятию рекомендуется в дополнение к лекционному материалу и основной литературе ознакомиться с дополнительной литературой, информацией в периодической печати, источниками сети Интернет, раскрывающими сущность и особенности ценообразования в транспортной сфере и в сфере услуг, порядок и методы расчёта цен в данных сферах экономической деятельности. Важно изучить практические примеры и ситуации, связанные с ценообразованием на транспорте и в сфере услуг, с возникающими в данной области проблемами. Необходимо знать и уметь применять различные методы ценообразования в транспортной сфере и в сфере услуг, уметь рассчитывать на основании методов различные виды цен и тарифов.

Методические указания для решения задач

Ценообразование в сфере услуг имеет свои особенности, и для обоснования цен применяются специфические методы. Один из них – метод удельной цены.

Задача. Риелторская компания «Олимп» пытается определить цену на услугу по реализации квартир. Специалисты компании выделили главный параметр – надежность, который рассчитывается как произведение числа полных лет работы фирмы на среднегодовое количество заключаемых ею сделок. За базовую принята цена реализации квартир конкурирующей фирмой «Кредо» – 6% от суммы сделки. «Олимп» на рынке уже четыре года и в среднем совершает 37 сделок, «Кредо» работает семь лет и заключает в среднем 46 сделок.

Для решения следует учесть, что компания должна определить главный параметр своей услуги, представляющий наибольшую ценность для клиентов. Затем нужно выбрать аналогичную услугу, цена которой будет принята за базовую. Это может быть услуга как самой компании с другим значением целевого параметра, так и фирмы-конкурента. Удельная цена для этой услуги определяется по следующей формуле:

$$Уд = Ц0 / П0,$$

Где: Уд – удельная цена;

Ц0 – цена базовой услуги;

П0 – целевой параметр базовой услуги.

Искомая цена услуги рассчитывается по формуле:

$$Ц1 = Уд \times П1 = Ц0 \times ПМ1 / П0,$$

Где: Ц1 – цена текущей услуги;

П1 – целевой параметр текущей услуги.

Вариант 1. Риелторская компания «Олимп» пытается определить цену на услугу по реализации квартир. Специалисты компании выделили главный параметр – надежность, который рассчитывается как произведение числа полных лет работы фирмы на среднегодовое количество заключаемых ею сделок. За базовую принята цена реализации квартир конкурирующей

фирмой «Кредо» – 10% от суммы сделки. «Олимп» на рынке уже три года и в среднем совершает 40 сделок, «Кредо» работает пять лет и заключает в среднем 50 сделок.

Вариант 2. Риелторская компания «Олимп» пытается определить цену на услугу по реализации квартир. Специалисты компании выделили главный параметр – надежность, который рассчитывается как произведение числа полных лет работы фирмы на среднегодовое количество заключаемых ею сделок. За базовую принята цена реализации квартир конкурирующей фирмой «Кредо» – 5% от суммы сделки. «Олимп» на рынке уже два года и в среднем совершает 30 сделок, «Кредо» работает три года и заключает в среднем 45 сделок.

Вариант 3. Риелторская компания «Олимп» пытается определить цену на услугу по реализации квартир. Специалисты компании выделили главный параметр – надежность, который рассчитывается как произведение числа полных лет работы фирмы на среднегодовое количество заключаемых ею сделок. За базовую принята цена реализации квартир конкурирующей фирмой «Кредо» – 20% от суммы сделки. «Олимп» на рынке уже четыре года и в среднем совершает 20 сделок, «Кредо» работает два года и заключает в среднем 15 сделок.

Вариант 4. Риелторская компания «Олимп» пытается определить цену на услугу по реализации квартир. Специалисты компании выделили главный параметр – надежность, который рассчитывается как произведение числа полных лет работы фирмы на среднегодовое количество заключаемых ею сделок. За базовую принята цена реализации квартир конкурирующей фирмой «Кредо» – 5% от суммы сделки. «Олимп» на рынке уже два года и в среднем совершает 10 сделок, «Кредо» работает три года и заключает в среднем 20 сделок.

Вариант 5. Риелторская компания «Олимп» пытается определить цену на услугу по реализации квартир. Специалисты компании выделили главный параметр – надежность, который рассчитывается как произведение числа

полных лет работы фирмы на среднегодовое количество заключаемых ею сделок. За базовую принята цена реализации квартир конкурирующей фирмой «Кредо» – 7% от суммы сделки. «Олимп» на рынке уже год и в среднем совершает 10 сделок, «Кредо» работает три года и заключает в среднем 25 сделок.

Пример решения задачи. Риелторская компания «Олимп» пытается определить цену на услугу по реализации квартир. Специалисты компании выделили главный параметр – надежность, который рассчитывается как произведение числа полных лет работы фирмы на среднегодовое количество заключаемых ею сделок. За базовую принята цена реализации квартир конкурирующей фирмой «Кредо» – 6% от суммы сделки. «Олимп» на рынке уже четыре года и в среднем совершает 37 сделок, «Кредо» работает семь лет и заключает в среднем 46 сделок.

Решение:

Цена услуги рассчитывается по формуле:

$$Ц1 = Уд \times П1 = Ц0 \times ПМ1 / П0,$$

Где: Ц1 – цена текущей услуги;

П1 – целевой параметр текущей услуги.

Удельная цена будет равна 0,019 (6% / (7 лет × 46 сделок), искомая цена составит 2,8% (0,019 × (4 года × 37 сделок). В соответствии с данной моделью цена услуги риелторов «Олимпа» составит 2,8% от суммы сделки.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Ценообразование» необходимы:

690922, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, корпус G, каб. G701, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практических занятий); учебная аудитория для

курсового проектирования (выполнения курсовых работ); учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций; учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации 50 посадочных мест, автоматизированное рабочее место преподавателя, переносная магнитно-маркерная доска, WI-FI

Ноутбук Acer ExtensaE2511-30BO

Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокоммутации; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron.

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 образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**
по дисциплине «Ценообразование»

Направление подготовки 38.03.01 Экономика
Форма подготовки очная/заочная

г. Владивосток
2016

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

Для очной формы обучения:

№ п/п	Дата / сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	8 неделя	Выполнение доклада с презентацией	45	Защита доклада с презентацией
	14 неделя			
2.	10 неделя	Выполнение реферата	65	Защита реферата
	16 неделя			
3.	В течение семестра	Подготовка к решению разноуровневых задач	52	Проверка решения задач
4.	4 неделя	Подготовка к экзамену	36	Тестирование
	6 неделя			
	9 неделя			
	12 неделя			
	15 неделя			
	18 неделя			
ИТОГО			198	

Для заочной формы обучения:

№ п/п	Дата / сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
5.	1 неделя	Выполнение доклада с презентацией	70	Защита доклада с презентацией
6.	2 неделя	Выполнение реферата	100	Защита реферата
7.	В течение сессии	Подготовка к решению разноуровневых задач	81	Проверка решения задач
8.	В течение сессии	Подготовка к экзамену	9	Тестирование
ИТОГО			260	

Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся

Темы и ориентировочное содержание рефератов

Тема 1. Цена в современной экономике.

1. Основные подходы к ценообразованию.
2. Цена как экономическая категория.
3. Основные функции цены и их роль в экономике.
4. Особенности ценообразования в рыночной экономике.
5. Прибыль и затраты как основные составляющие цены.

Тема 2. Факторы формирования рыночных цен.

1. Влияние инфляции на ценообразование.
2. Переменные и постоянные издержки как фактор ценообразования.
3. Психологические аспекты ценообразования.
4. Формирование цен с учётом типа рынка.
5. Факторы, влияющие на уровень цен в сфере производства, обращении товаров и потреблении результатов труда.
6. Особенности ценовой политики российских компаний.
7. Формы чистого дохода общества, их влияние на формирование уровня цен на различные товары и услуги.
8. Взаимосвязь цен и финансов.
9. Налоговая система, ее роль в экономической политике государства и влияние на ценообразование в обществе.
10. Государственное регулирование цен в рыночной экономике.
11. Государственная политика в области ценообразования и основные методы регулирования величины стоимости.
12. Роль государства в регулировании финансовой системы и ценовая политика.
13. Ценовой мониторинг и его значение в развитии рыночных отношений.
14. Ценообразование в российской экономике.
15. Пути совершенствования ценообразования в современной экономике.

16. Ценообразование и его государственное регулирование в странах (на выбор студента).

17. Регулирование цен на продукцию естественных монополий.

Тема 3. Система и классификация цен.

1. Цены на основные виды продукции и услуги.

2. Система и классификация цен.

3. Соотношение свободных и регулируемых цен на российском потребительском рынке.

4. Соотношение цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию («ножницы цен»), причины возникновения, особенности и роль в экономике.

Тема 4. Классификация цен по характеру обслуживаемого оборота.

1. Оптовые цены, их особенности, виды и расчёт.

2. Закупочные цены, их особенности и расчёт.

3. Социально-экономическое содержание и структура розничных цен.

Тема 5. Себестоимость единицы продукции (услуг) как основа установления цены.

1. Экономическая сущность и виды себестоимости.

2. Методы калькуляции себестоимости и условия их использования.

3. Расчёт себестоимости единицы продукции (на примере).

Тема 6. Ценовая политика и ценовые стратегии предприятия.

1. Ценовые стратегии: сущность, роль, порядок разработки.

2. Виды ценовых стратегий и условия их применения.

3. Ценовая политика фирмы.

4. Управление ценовой политикой предприятия.

Тема 7. Методы ценообразования.

1. Затратные методы ценообразования: сущность, виды, условия применения.
2. Методы ценообразования с учётом конкуренции: сущность, виды, условия применения.
3. Маркетинговые методы ценообразования: сущность, виды, условия применения.
4. Ценообразование на основе определения объёма безубыточности и обеспечения целевой прибыли: сущность, порядок и условия применения.
5. Методика установления рыночных цен на товары.

Тема 8. Скидки как инструмент ценовой политики.

1. Дифференциация цен, её сущность и разновидности. Ценовые скидки как вид дифференциации цен, их преимущества и недостатки.
2. Виды скидок, условия их применения, порядок расчёта.
3. Ценовые скидки и ценовая дискриминация, их сущность, роль и взаимосвязь.

Тема 9. Формирование цен на импортные товары.

1. Порядок и способы расчёта таможенной стоимости на импортируемые товары.
2. Таможенные пошлины и сборы: особенности исчисления, регулирующие нормативно-правовые акты.
3. Особенности расчёта НДС и акцизов на импортируемые товары.
4. Формирование конечной цены на импортируемый товар.

Тема 10. Формирование цен на экспортные товары.

1. Особенности формирования цены на экспортируемый товар.
2. Расчёт экспортной цены на товар (на примере).

Тема 11. Регулирование цен в ходе выполнения контракта.

1. Виды цен, устанавливаемых по контракту. Условия их применения.
2. Скользящая цена на товар: сущность, особенности, условия применения.

Тема 12. Ценообразование в транспортной сфере.

1. Особенности установления цен на транспорте.
2. Специфика ценообразования на различных видах транспорта: обоснование, особенности, выводы.
3. Особенности регулирования тарифов в транспортной сфере.

Тема 13. Ценообразование в сфере услуг.

1. Ценообразование на рынке ценных бумаг
2. Ценообразование на рынке государственных ценных бумаг
3. Ценообразование и система налогообложения в России.
4. Ценообразование в области маркетинга.
5. Ценообразование в сфере услуг.
6. Ценообразование на предприятии торговли.
7. Ценообразование в малом бизнесе.

Темы групповых или индивидуальных заданий для подготовки докладов к семинарам

1. Ценообразование: сущность, функции, цели.
2. Ценообразование: сущность, место в деятельности человека, организации и общества.
3. Особенности ценообразования в России.
4. Особенности ценообразования на предприятиях Приморского края.
5. Факторы внутренней и внешней среды, влияющие на установление рыночных цен.

6. Затратный и ценностный подходы к ценообразованию.
7. Оптовые цены: особенности, виды, элементы, расчёт.
8. Розничные цены: особенности, виды, элементы, расчёт.
9. Тарифы на услуги: особенности, виды, элементы, расчёт.
10. Проблемы и пути совершенствования ценообразования на российских предприятиях.
11. Расчёт точки безубыточности, как метод ценообразования.
12. Себестоимость, как основа формирования цены: виды, методы калькуляции.
13. Ценовая стратегия предприятия: сущность, виды, условия применения, порядок разработки.
14. Методы ценообразования: сущность, виды, особенности и условия применения.
15. Особенности формирования цен на экспортные товары.
16. Особенности формирования цен на импортные товары.
17. Государственное регулирование цен: сущность, виды, методы.
18. Особенности ценообразования в сфере услуг.
19. Ценовые скидки, как инструмент стимулирования продаж.
20. Эластичность спроса по цене: расчёт и роль в принятии ценовых решений.
21. Специфика ценообразования и регулирования цен по сферам деятельности (по выбору студента).
22. Специфика ценообразования и регулирования цен по странам (по выбору студента).

Задания к решению разноуровневых задач

Задача 1. Цех изготавливает продукцию в количестве 120000 единиц. Цена единицы продукции составляет 1500 руб., а полная себестоимость всего объема – 140000 тыс. руб. Рассчитать затраты на 1 руб. продукции.

Задача 2. При производстве 30 изделий валовые издержки фирмы составляют 100 ден. ед., а при производстве 50 изделий – 140 ден. ед. Определить постоянные издержки фирмы при условии, что средние переменные издержки остаются неизменными.

Задача 3. Составить сводный расчет сметы затрат на производство продукции на планируемый период и определить затраты на 1 рубль товарной продукции.

1. Сырье и материалы	7800 тыс. руб.
2. Топливо	40 тыс. руб.
3. Электроэнергия	390 тыс. руб.
4. Расходы на оплату труда	1070 тыс. руб.
5. Отчисления во внебюджетные фонды	30 % от п. 4
6. Амортизационные отчисления	90 тыс. руб.
7. Прочие, кроме коммерческих расходов	796 тыс. руб.
8. Коммерческие расходы	130 тыс. руб.
9. Товарная продукция текущего года в отпускных ценах	18000 тыс. руб.
10. Производственная себестоимость валового выпуска	?
11. Полная себестоимость товарной продукции	?
12. Затраты на 1 рубль продукции	?

Задача 4. Цены для продуктов А и С, рассчитанные на основе затрат не были приняты рынком. Вполне реализуемыми являются цены не больше 100 руб. Методом калькуляционного выравнивания определите цену ходового товара В, необходимую для сохранения плановой выручки.

	А	В	С
Запланированный сбыт, тыс. шт.	100	500	300
Цена на основе затрат, руб.	120	80	110
Цена, реализуемая на рынке, руб.	99	?	98

Задача 5. Определите отпускную цену на новый автомобиль балльным методом, исходя из следующих данных:

Автомо- били	<i>Параметры</i>					
	Комфортабельность		Безопасность		Экономичность	
	баллы	Коэффициент весомости	баллы	Коэффициент весомости	баллы	Коэффициент весомости
Базовый	60	0,2	80	0,6	63	0,2
Новый	70	0,2	88	0,6	69	0,2

Цена базовой модели 252 тыс. руб.

Задача 6. Фирма планирует выйти на рынок с новым товаром. Реализация опытной партии показала, что объем продаж (в натуральном выражении) зависит от уровня цен. Результаты наблюдений указаны в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты наблюдений об объеме продаж и ценах на опытной партии товара

Наблюдения	Объем продаж, шт.	Цена, рубли
1	4000	20
2	3500	25
3	3000	30
4	2500	35
5	2000	40
6	1500	45
7	1000	50
8	500	55
9	0	60

Условно-постоянные расходы на производство и реализацию товара покупателям составляют 2000 рублей. Условно-переменные расходы на единицу товара – 35 рублей.

Задание:

1. Построить модель зависимости объема продаж от цены.
2. Используя зависимость объема продаж от цены, рассчитать ожидаемый объем продаж при уровне цен 15, 10 и 5 рублей.
3. Определить зависимость совокупных затрат на производство и реализацию от объема продаж.
4. Используя зависимость продажи от цены и затрат от продаж, рассчитать ожидаемую прибыль от продажи различного количества товаров, полученные данные обобщить в таблице 2 .
5. Разработать модель зависимости прибыли от цены.
6. Определить оптимальную цену продажи нового товара, при которой прибыль достигнет максимального значения.

Задача 7. Закуплена партия виски крепостью 45 % на 1000 долларов по цене 2,5 доллара за 1 бутылку емкостью 0,5 литра. Ставка таможенной пошлины 30 % от таможенной стоимости. Акциз взимается по ставке 200 рублей за 1 литр безводного (стопроцентного) этилового спирта, содержащегося в подакцизном товаре. Сборы за таможенное оформление составляют 0,15 % от таможенной стоимости партии. НДС взимается при таможенном оформлении по ставке 18 %.

Рассчитайте розничную цену 1 бутылки виски, если оптовая надбавка составляет 20 % от растаможенной стоимости партии без НДС, торговая надбавка – 25 % от оптовой стоимости партии, а курс доллара США на момент пересечения товаром границы был 65 рублей.

Методические указания к решению разноуровневых задач

Для решения *задачи 1* необходимо знать, что затраты на рубль продукции могут быть рассчитаны, как отношение себестоимости к выручке или себестоимости единицы продукта и его цене. Таким образом, исходя из условия задачи, можно определить либо выручку (произведением цены на объём выпуска), либо себестоимость единицы (разделив себестоимость всего

выпуска на объём выпуска), после чего рассчитать затраты на рубль продукции.

При решении *задачи 2* следует исходить из того, что валовые издержки ТС – это сумма переменных издержек VC и постоянных издержек FC. В свою очередь, переменные издержки VC – это произведение переменных издержек на единицу VC_{ед.} на физический объём выпуска Q. Таким образом, имеет место уравнение $ТС = VC_{ед.} * Q + FC$. По условию данные два варианта объёма выпуска и соответствующих ему совокупных (валовых) издержек ТС. Следовательно, требуется составить и решить систему уравнений.

Для решения *задачи 3* требуется знать и уметь рассчитывать производственную и полную себестоимость. В данном случае производственную себестоимость образует сумма затрат, представленных в пунктах 1-7, полную себестоимость – сумма затрат, представленных в пунктах 1-8. Разделив полную себестоимость на товарную продукцию в отпускных ценах, можно рассчитать затраты на 1 рубль товарной продукции.

При решении *задачи 4* следует рассчитать запланированную выручку, как сумму произведений запланированного сбыта на цену на основе затрат по каждому товару. Реальная же выручка – это сумма произведений запланированного сбыта на рыночную цену по всем товарам. Смысл решения задачи - установить цену товара В таким образом, чтобы фактическая выручка оказалась равной запланированной. Следовательно, необходимо составить уравнение: запланированная выручка равна сумме произведений объёмов сбыта товаров на их рыночные цены. Здесь в качестве переменной х будет выступать цена товара В. Корень этого уравнения и будет той ценой, которую следует установить на товар В.

Чтобы решить *задачу 5*, нужно найти среднюю взвешенную величину балла качества по обеим моделям, как сумму произведений балла по каждому критерию на коэффициент весомости этого критерия. Далее цена новой модели должна рассчитываться, как цена базовой модели, умноженная

на отношение средневзвешенной оценки новой модели к средневзвешенной оценке базовой модели.

Для решения *задачи 6* вначале выводится уравнение зависимости объёма продаж y от цены x , т.е. находятся коэффициенты при уравнении $y = a_0 + a_1x$ методом наименьших квадратов. Затем, согласно выведенному уравнению, рассчитываются значения y при указанных в пункте 2 значениях x . Зависимость совокупных затрат от объёма продаж находится, согласно указаниям к задаче 2. На основе этих двух уравнений выводится уравнение зависимости прибыли от цены и рассчитываются в табличной форме значения прибыли при различных ценах. Чтобы найти цену, при которой прибыль максимизируется, берётся производная от этого последнего уравнения и приравнивается к 0. Корень уравнения и будет той ценой, при которой максимизируется прибыль.

При решении *задачи 7* конечная (растаможенная) стоимость рассчитывается, как сумма таможенной стоимости (стоимости закупки), таможенной пошлины и таможенных сборов, а также НДС. НДС берётся по ставке 18 % от суммы таможенной стоимости и таможенной пошлины. Далее при перепродаже товаров оптовые и торговые надбавки, суммы НДС и т.д., рассчитываются общепринятыми способами.

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Организация и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов (СРС).

1. Текущая и опережающая СРС, направленная на углубление и закрепление знаний, а также развитие практических умений заключается в:

- работе студентов с лекционным материалом, поиск и анализ литературы и электронных источников информации по вопросам, изучаемым по дисциплине «Ценообразование»;
- выполнении домашних заданий;
- изучении тем, вынесенных на самостоятельную проработку;

- изучении теоретического материала к семинарским занятиям;
- подготовке докладов и реферата;
- подготовке к тестированию.

Методические рекомендации по подготовке и представлению материалов самостоятельной работы

1. Студенту необходимо определить интересующий его вопрос, объявленный в рамках вопросов для обсуждения.
2. Осуществить поиск материалов в электронном каталоге или в электронных ресурсах библиотеки ДВФУ (режим доступа: <http://www.lib.dvfu.ru>).
3. Определить для себя наиболее интересные направления для доклада.
4. Осуществить поиск дополнительного материала, иллюстрирующего материалы дискуссии. (Допускается поиск мнений специалистов по освещаемому вопросу, презентация видео-дискуссий с представлением аргументированной точки зрения студента по докладываемому вопросу).

Методические рекомендации по оформлению библиографического списка

Библиографический список литературы является обязательной составной частью образовательной программы, реферата и другой работы, где используются источники информации, он является своего рода библиографическим пособием. Правильно составленный библиографический список позволяет получить представление об освещении темы работы в литературе, о количестве и качестве выявленных источников, а также об умении автора работать с информацией. В список включаются библиографические сведения об источниках, использованных при подготовке работы. Рекомендуется также включать в список сведения о цитируемой в работе литературе. Перечень библиографических записей о документах, как правило, составляется в алфавитном порядке, применяется общая нумерация источников. Последовательность информационных источников:

- законодательные и нормативно-методические материалы;

- литература на русском языке;
- литература на иностранных языках.
- статистические, инструктивные и отчетные материалы предприятий, организаций и учреждений;
- интернет-источники.

В начале библиографического списка всегда должны располагаться законодательные и нормативные документы и акты (при наличии). Они группируются от более значимых к менее значимым, а документы равной значимости – в хронологическом порядке по датам опубликования. Работы одного и того же автора, если их указывается несколько, располагаются в алфавитном порядке по заглавиям или в хронологическом порядке по годам издания. Источники на иностранных языках располагаются в списке после всех русскоязычных источников в порядке латинского алфавита. Описание источников, включенных в список, выполняется в соответствии с существующими библиографическими правилами.

1. ГОСТ 7.80-2000. «Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления».

2. ГОСТ 7.1-2003. «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

3. ГОСТ 7.82 – 2001. «Библиографическая запись. «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления».

4. ГОСТ 7.12 – 93 «Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке».

Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы

Студентам необходимо представить материалы самостоятельной работы в виде доклада в печатной форме и в виде презентации на компьютере.

Методические рекомендации к подготовке реферата

Реферат по дисциплине «Ценообразование» представляет собой краткое обзорное исследование определённой проблемы, аспекта управления предприятием в современных условиях. Реферат обязательно должен содержать:

- введение: актуальность выбранной темы, цель и задачи работы, основные источники информации, которыми студент пользовался при написании реферата;

- основная часть, включающая две главы: в первой главе даётся изучение сущности рассматриваемого вопроса, базовые определения, классификации, точки зрения специалистов в данной области; во второй главе рассматривается практический опыт исследования и решения данной проблемы на примере либо конкретной организации (рекомендуется), либо группы организаций в определённых отраслях, на рынках, в регионах и т.д.;

- заключение, в котором делаются обобщающие выводы и даются рекомендации по исследуемой проблеме;

- список использованной литературы.

Рекомендуемый объём реферата – 25-35 страниц. В реферате должен содержаться критический анализ точек зрения различных авторов, собственные выводы и рекомендации студента по теме исследования. Определения, классификации, выводы авторов должны сопровождаться ссылками на источники из списка литературы. Не допускается дословное списывание текста из источников.

Критерии оценки реферата

№ п/п	Критерий	Количество баллов
1	Готовность реферата к объявленному сроку	10
2	Уровень владения научным языком написания реферата	10
3	Владение предметом исследования, его понятийным аппаратом, терминологией, знание общепринятых научных концепций в заданной предметной области, понимание современных тенденций и проблем в исследовании предмета	20

4	Аргументация своей позиции с опорой на научные концепции, факты социально-экономической действительности или собственный опыт	40
5	Материал подан системно, с наличием иллюстраций, таблиц, схем и рисунков	20
6	ИТОГО	100

Методические рекомендации по подготовке доклада по выбранной теме для самостоятельного изучения

Доклад студента - это самостоятельная работа на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем). Цель доклада состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Подготовка доклада позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные категории анализа, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать понятия соответствующими примерами, аргументировать свои выводы; овладеть научным стилем речи.

Доклад должен содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики выбранной темы доклады могут значительно дифференцироваться. В некоторых случаях это может быть анализ имеющихся статистических данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации и использованием изучаемых моделей, подробный разбор предложенной задачи с развернутыми мнениями, подбор и детальный анализ примеров, иллюстрирующих проблему и т.д.

Методические рекомендации по подготовке мультимедиа презентации

1. Первый слайд должен содержать название доклада, ФИО и координаты (номер группы, направление подготовки, адрес электронной почты) выступающего. Каждый слайд должен иметь заголовок и быть пронумерованным в формате 1/11.

2. Наиболее распространен сегодня MS PowerPoint.

3. Презентация начинается с аннотации, где на одном-двух слайдах дается представление, о чем пойдет речь. Большая часть презентаций требует оглашения структуры.

4. Презентация не заменяет, а дополняет доклад. Не надо писать на слайдах то, что Вы собираетесь сказать словами.

5. Оптимальная скорость переключения - один слайд за 1–2 минуты. Для кратких выступлений допустимо два слайда в минуту, но не быстрее. Слушатели должны успеть воспринять информацию и со слайда, и на слух. «Универсальная» оценка – число слайдов равно продолжительности выступления в минутах.

6. Размер шрифта основного текста – не менее 16pt, заголовки ≥ 20 pt. Наиболее читабельным и традиционно используемым в научных исследованиях является Times New Roman . Оформляйте все слайды в едином стиле.

7. Не перегружайте слайд информацией. Не делайте много мелкого текста. При подготовке презентации рекомендуется в максимальной степени использовать графики, схемы, диаграммы и модели с их кратким описанием. Фотографии и рисунки делают представляемую информацию более интересной и помогают удерживать внимание аудитории, давая возможность ясно понять суть предмета. Длинные перечисления или большие таблицы с числами бессмысленны – лучше постройте графики.

8. Имеет смысл быть аккуратным. Неряшливо сделанные слайды (разнобой в шрифтах и отступах, ошибки и опечатки) вызывают подозрение, что и к содержательным вопросам докладчик подошёл спустя рукава.

Готовую презентацию надо просмотреть внимательно несколько раз «свежим» взглядом; каждый раз будете находить по несколько опечаток.

9. Речь и слайды не должны совпадать, тогда презентация станет «объёмной». Речь должна быть более популярна и образна. Слайды могут содержать больше «технических» подробностей: формулы, схемы, таблицы, графики. Всегда подписывайте оси (какая переменная и ее размерность).

10. Первые же фразы должны интриговать. Например, можно сказать о том, насколько сложной или насколько важной является данная задача, или о том, насколько неожиданным будет решение — это позволит удержать внимание слушателей до конца. Но тогда концовка действительно должна оказаться нетривиальной — иначе слушатель будет разочарован. Запомните, у Вас только 20 секунд в начале доклада для того, чтобы привлечь внимание слушателей. Если за это время не прозвучит нечто поистине интригующее (или хотя бы хорошая шутка), вернуть внимание будет очень сложно.

11. Люди лучше запоминают то, что увидели последним!

12. Заранее продумайте возможные проблемы с техникой. Заранее скопируйте на рабочий стол файл с презентацией и проверьте, как он работает, с первого до последнего слайда. Обязательно имейте при себе копию презентации на флэш-карте. Проверьте, нет ли проблем с отображением русских шрифтов и формул.

I. Критерии оценки выполнения самостоятельной работы

№ п/п	Критерий	Количество баллов
1	Готовность результатов самостоятельной работы в срок	20
2	Цель и задачи исследования сформулированы в соответствии с выбранной темой задания	20
4	Материал подан системно, аргументированно, с наличием иллюстраций, таблиц, схем и рисунков	40
5	Наличие мультимедиа презентации	20
6	ИТОГО	100



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Ценообразование»

Направление подготовки 38.03.01 Экономика
Модуль «Управление фирмой»
Форма подготовки очная/заочная

г. Владивосток
2016

Паспорт фонда оценочных средств

Код и формулирование компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами	Знает	Основные экономические показатели, характеризующие деятельность предприятия в области ценообразования (цены в динамике на различные товары, размеры надбавок и скидок, затраты, валовую маржу и прибыль на единицу товара или услуги, рентабельность продаж и продукции, точку безубыточности и цену, обеспечивающую безубыточность и пр.)
	Умеет	Рассчитать основные экономические показатели, характеризующие деятельность предприятия в области ценообразования (цены в динамике на различные товары, размеры надбавок и скидок, затраты, валовую маржу и прибыль на единицу товара или услуги, рентабельность продаж и продукции, точку безубыточности и цену, обеспечивающую безубыточность и пр.), сделать выводы, обосновать, разработать и принять управленческое решение в области ценообразования
	Владеет	Методами и приёмами расчёта основных экономических показателей, характеризующих деятельность предприятия в области ценообразования (цен в динамике на различные товары, размеров надбавок и скидок, затрат, валовой маржи и прибыли на единицу товара или услуги, рентабельности продаж и продукции, точки безубыточности и цены, обеспечивающей безубыточность и пр.), расчёта, интерпретации и анализа показателей, обоснования выводов, разработки и принятия управленческого решения в области ценообразования на основе анализа

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел I. Сущность, виды, факторы формирования и	ПК3	знает	конспект (ПР-7); собеседование (УО-1); доклад на семинаре (УО-3); тест (ПР-1)	Вопросы к экзамену 1, 2, 5, 6, 8

	порядок расчёта цен		умеет	собеседование (УО-1); доклад на семинаре (УО-3); реферат (ПР-4)	Вопросы к экзамену 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8
			владеет	собеседование (УО-1); доклад на семинаре (УО-3); реферат (ПР-4)	Вопросы к экзамену 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
2	Раздел II. Стратегии и методы ценообразования в различных сферах экономической деятельности	ПКЗ	знает	конспект (ПР-7); собеседование (УО-1); доклад на семинаре (УО-3); тест (ПР-1)	Вопросы к экзамену 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 21, 23, 24
			умеет	собеседование (УО-1); доклад на семинаре (УО-3); реферат (ПР-4); деловая игра (ПР-10)	Вопросы к экзамену 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29
			владеет	собеседование (УО-1); доклад на семинаре (УО-3); тест (ПР-1); реферат (ПР-4); деловая игра (ПР-10); разноуровневые задачи (ПР-11)	Вопросы к экзамену 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели	баллы
ПК-3 способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в	знает (пороговый уровень)	основные экономические показатели, характеризующие деятельность предприятия в области ценообразования (цены в	Знание показателей, характеризующих ценообразование на предприятии. Знание показателей отчетности, по которым можно делать выводы о ценовой политике предприятия.	- способность перечислить и раскрыть показатели, характеризующие ценообразование; - способность перечислить и охарактеризовать исходные показатели,	45-64

соответствии с принятыми в организации стандартами		динамике на различные товары, размеры надбавок и скидок, затраты, валовую маржу и прибыль на единицу товара или услуги, рентабельность продаж и продукции, точку безубыточности и цену, обеспечивающую безубыточность и пр.)	Знание порядка и методов, формул расчёта, способов интерпретации и анализа показателей, по которым можно сделать выводы о ценовой политике.	содержащиеся в отчётности, на основе которых могут быть рассчитаны показатели, характеризующие деятельность предприятия в области ценообразования; - способность перечислить и охарактеризовать способы расчёта показателей, характеризующих деятельность предприятия в области ценообразования, на основе данных отчётности; - способность отобрать, рассчитать, экономически интерпретировать и проанализировать показатели, характеризующие ценовую политику	
	умеет (продвинутый)	рассчитать основные экономические показатели, характеризующие деятельность предприятия в области ценообразования (цены в динамике на различные товары, размеры надбавок и скидок, затраты, валовую маржу и прибыль на единицу товара или услуги, рентабельность продаж и продукции, точку безубыточности и цену, обеспечивающую безубыточность и пр.), сделать выводы, обосновать, разработать и принять	Умение рассчитать показатели, характеризующие деятельность предприятия в области ценообразования. Умение найти и использовать источники информации для выявления и (или) расчёта показателей, характеризующих ценовую политику компании. Умение интерпретировать и проанализировать рассчитанные показатели, сделать выводы. Умение на основе рассчитанных показателей обосновать, разработать и принять управленческие решения в области ценообразования.	- способность на основании имеющихся данных рассчитать экономические показатели, характеризующие ценовую политику компании; - способность найти и использовать источники информации для поиска и (или) расчёта этих показателей; - способность использовать отчётность предприятия в целях нахождения или расчёта показателей, требуемых для оценки его ценовой политики; - способность дать экономическую интерпретацию рассчитанным показателям и проанализировать их; - способность разрабатывать и	65-84

		управленческое решение в области ценообразования		принимать ценовые управленческие решения на основе использования рассчитанных показателей	
	владеет (высокий)	методами и приёмами расчёта основных экономических показателей, характеризующих деятельность предприятия в области ценообразования (цен в динамике на различные товары, размеров надбавок и скидок, затрат, валовой маржи и прибыли на единицу товара или услуги, рентабельности продаж и продукции, точки безубыточности и цены, обеспечивающей безубыточность и пр.), расчёта, интерпретации и анализа показателей, обоснования выводов, разработки и принятия управленческого решения в области ценообразования на основе анализа	Владение методами и приёмами отбора наиболее важных экономических показателей, характеризующих ценовую политику предприятия в конкретной ситуации. Владение навыками расчёта, экономической интерпретации и анализа показателей, характеризующих ценовой аспект деятельности компании. Владение навыками использования отчётности предприятия для расчёта, интерпретации и анализа показателей. Владение методами и приёмами обобщающей оценки показателей и обоснования выводов о состоянии ценовой политики. Владение навыками принятия ценовых управленческих решений на основании рассчитанных показателей. Владение способами разработки альтернативных вариантов ценовых решений на основе рассчитанных показателей, а также выбора наиболее оптимального варианта	- способность самостоятельно и обоснованно отобрать для расчёта и оценки наиболее важные в конкретной ситуации показатели, характеризующие ценовую политику и деятельность компании; - способность рассчитать, экономически интерпретировать и проанализировать отобранные показатели, характеризующие ценовой аспект деятельности компании; - способность использовать отчётность предприятия в целях расчёта, интерпретации и анализа показателей; - способность провести обобщающую оценку показателей; - способность по рассчитанным показателям оценить состояние ценообразования на предприятии и его ценовую политику; - способность обосновывать и разрабатывать ценовые управленческие решения на основании рассчитанных показателей; - способность обосновать и разработать альтернативные варианты ценовых решений и обоснованно выбрать оптимальный вариант	85-100

Зачетно-экзаменационные материалы

Оценочные средства для промежуточной аттестации

1. Вопросы к экзамену

1. Особенности и задачи рыночного ценообразования.
2. Функции цены.
3. Затратное ценообразование.
4. Ценностное ценообразование.
5. Факторы, формирующие рыночные цены.
6. Понятие системы цен. Классификация цен.
7. Понятие, виды, методика расчета оптовых и розничных цен.
8. Государственное регулирование цен.
9. Ценовая политика предприятия.
10. Ценовые стратегии и этапы их разработки.
11. Основные виды современных ценовых стратегий и условия их выбора.
12. Затратные методы ценообразования.
13. Методы ценообразования с учетом конкуренции.
14. Маркетинговые методы ценообразования.
15. Методы - микс ценообразования (синтетические).
16. Система скидок как инструмент стимулирования продаж.
17. Формирование цен на импортные товары.
18. Методы определения таможенной стоимости товара.
19. Таможенные платежи.
20. Методика расчета цены на импортные товары.
21. Основные элементы цены на экспортируемый товар
22. Определение таможенной стоимости экспортируемых товаров
23. Экспортные таможенные пошлины.
24. Регулирование цен в ходе выполнения контракта.
25. Особенности установления цен в сфере услуг.
26. Ценообразование на транспорте.
27. Цены и их обоснование в туризме.

28. Ценообразование в гостиничном бизнесе.

29. Ценообразование в общественном питании.

2. Тесты

Тест 1

1. Двумя основными подходами к ценообразованию являются:

- a) затратный и рыночный;
- b) маркетинговый и производственный;
- c) затратный и ценностный;
- d) рыночный и стоимостной;
- e) производственный и потребительский.

2. Учётная функция цены состоит в том, что:

- a) в цене отражаются общественно необходимые затраты труда на производство и реализацию;
- b) посредством установления цены происходит процесс купли-продажи на рынке;
- c) через цену осуществляется балансирование спроса и предложения;
- d) цена влияет на объём налоговых поступлений в бюджет;
- e) цены могут стимулировать или сдерживать покупательский спрос.

3. При эластичном по цене спросе:

- a) спрос изменяется в меньшей степени, чем цена;
- b) спрос изменяется в большей степени, чем цена;
- c) спрос изменяется в том же направлении, что и цена;
- d) спрос остаётся постоянным;
- e) спрос не зависит от цены.

4. Цена, элементами которой являются себестоимость производителя, его прибыль, акциз и НДС, называется:

- a) оптовой рыночной;
- b) закупочной;
- c) розничной;
- d) оптовой ценой предприятия;
- e) оптовой отпускной ценой промышленности.

5. Торговая надбавка к оптовой рыночной цене устанавливается:

- a) оптовым предприятием;
- b) розничным предприятием;
- c) производителем;
- d) государством;
- e) транспортным предприятием.

Тест 2

1. На предприятии, выпускающем цветные телевизоры, себестоимость одного изделия составляет 12000 рублей, а расчётная прибыль – 4000 рублей на единицу. Дистрибьютор предприятия устанавливает оптово-сбытовую надбавку в размере 15 %. Розничный магазин, закупающий телевизоры у дистрибьютора, реализует аппараты с торговой надбавкой 20 %. Ставка НДС – 18 %.

Рассчитать розничную цену телевизора с учётом НДС:

- a) 32815,7 руб.;
- b) 24611,5 руб.;
- c) 26054,4 руб.;
- d) 29315,8 руб.;
- e) 28346,3 руб.

2. Стратегия “снятия сливок” целесообразна при:

a) выводе на рынок нового продукта, удовлетворяющего потребности на более высоком уровне;

- b) высокой эластичности спроса;
- c) необходимости срочной распродажи товара;
- d) снижении спроса на товар;
- e) большом количестве товаров-заменителей.

3. Стратегия “ценового прорыва” целесообразна при:

- a) высоких издержках производства;
- b) неэластичном спросе;
- c) нестабильной ситуации на рынке;
- d) высоком уровне цен у конкурентов;
- e) высокой ощущаемой ценности товара.

4. Розничная цена выше оптовой рыночной цены на величину:

- a) НДС;
- b) оптовой надбавки;
- c) торговой надбавки;
- d) акциза;
- e) прибыли розничного предприятия.

5. Одним из недостатков затратного подхода к ценообразованию является:

- a) неучёт планируемой рентабельности затрат;
- b) неучёт уровня спроса на товар;
- c) невозможность спрогнозировать величину затрат;
- d) невозможность спрогнозировать величину прибыли;
- e) неучёт начисления НДС.

Тест 3

1. К косвенным методам государственного регулирования цен не относится:

- a) изменение налоговых ставок;
- b) регулирование процентных ставок Центробанком;
- c) установление дотаций предприятиям по сферам деятельности;
- d) установление ставок таможенных пошлин;
- e) установление предельных коэффициентов изменения цен.

2. Наиболее распространённым и простым методом ценообразования является метод:

- a) определения точки безубыточности;
- b) издержки + прибыль;
- c) ориентации на конкурентов;
- d) ценовых скидок и надбавок;
- e) маркетинговый.

3. Оптовая надбавка рассчитывается в процентах от:

- a) оптовой цены предприятия;
- b) оптовой отпускной цены промышленности;
- c) розничной цены;
- d) оптовой отпускной цены промышленности или оптовой рыночной цены;
- e) закупочной цены.

4. Рентабельность продаж определяется, как:

- a) отношение прибыли на единицу продукции к затратам на единицу продукции;
- b) отношение выручки к затратам на единицу продукции;
- c) отношение цены за единицу продукции к затратам на единицу продукции;
- d) отношение затрат на единицу продукции к прибыли на единицу продукции;

е) отношение прибыли на единицу продукции к цене за единицу продукции.

5. При эластичном спросе снижение цены:

- а) уменьшает выручку;
- б) повышает выручку;
- с) не сказывается на выручке;
- д) влияет на выручку, в зависимости от поведения физического объёма продаж;
- е) вначале увеличивает, а затем снижает выручку.

3. Задания для промежуточной аттестации

Контрольная проверка знаний (блиц-опрос) № 1

1. Что такое цена?
 - а) Приведите несколько определений цены.
 - б) Покажите, какое определение можно считать наиболее полным.
2. Что такое ценообразование и какова его роль в деятельности предприятия?
3. Каковы основные подходы к ценообразованию и на основании каких концепций они сформировались?
4. В чём состоят достоинства и недостатки обоих подходов к ценообразованию?
5. Какие факторы влияют на уровень цен?
 - а) Приведите примеры воздействия конкретных факторов.
 - б) Покажите, каким образом предприятие может учитывать действие тех или иных факторов и либо использовать его, либо противодействовать ему.
6. Почему необходимо проводить классификацию цен по нескольким критериям?

7. Перечислите и кратко охарактеризуйте различные критерии, по которым можно классифицировать цены.

8. В чём различие между свободными, регулируемыми и фиксированными ценами, каковы их достоинства и недостатки?

9. Перечислите основные виды оптовых цен и порядок их формирования. Приведите примеры.

10. Дайте определение, покажите способ расчёта розничной цены, приведите примеры.

11. Что такое закупочная цена и как она рассчитывается?

Контрольная проверка знаний (блиц-опрос) № 2

1. В чем состоит классификация цен по времени действия? Приведите примеры.

2. В чем состоит классификация цен по способу фиксации? Приведите примеры.

3. В чем состоит классификация цен по территории действия? Приведите примеры.

4. Что понимается под затратами? На какие виды в течение всего срока деятельности предприятия их можно разделить?

5. Чем затраты отличаются от себестоимости?

6. На какие экономические элементы делятся затраты, относимые на себестоимость?

7. Что понимается под производственной себестоимостью? Чем она отличается от полной себестоимости?

8. Для чего составляется калькуляция себестоимости?

9. Каково значение деления затрат на основные и накладные? Приведите примеры.

10. На какие виды затраты делятся по способу включения в себестоимость продукции? Приведите примеры.

11. На какие виды делятся затраты в зависимости от изменения объёмов производства? Приведите примеры.

12. Какие затраты называются неявными (вменёнными, альтернативными)? Приведите примеры.

Контрольная проверка знаний (блиц-опрос) № 3

1. Как соотносятся между собой стратегия и политика ценообразования?

2. Каким образом различные ценовые стратегии могут быть использованы для реализации основных типов маркетинговых стратегий?

3. Какие проблемы должны исследоваться, в первую очередь, при оценке потенциальных конкурентов? Приведите примеры.

4. В чем состоит смысл стратегии скорейшего возврата средств и в каких случаях она предпочтительна для предприятия?

5. В чем состоит смысл стратегии «снятия сливок» и в каких случаях она предпочтительна для предприятия?

6. В чем состоит смысл стратегии ценового прорыва и в каких случаях она предпочтительна для предприятия?

7. С помощью каких средств можно реализовать стратегию поддержания и обеспечения платежеспособности предприятия?

8. Почему предприятия обращаются к использованию методов затратного ценообразования?

9. Чем формирование цен по методу «издержки плюс» отличается от метода формирования цен на основе торговых скидок? Приведите примеры.

10. Чем торговая скидка отличается от торговой наценки?

11. В чём состоят основные недостатки затратных методов ценообразования? Приведите примеры.

12. Чем метод определения цены путем следования за рыночными ценами отличается от метода определения цены путем следования за ценами фирмы-лидера на рынке?

Контрольная проверка знаний (блиц-опрос) № 4

1. Что такое цена безразличия?
2. Как определяется общая ценность товара для покупателя?
3. Что такое экономический выигрыш покупателя? Приведите примеры.
4. Что представляет собой таможенная стоимость импортируемого товара, и для чего необходим её расчёт?
5. Какие существуют способы определения таможенной стоимости товара, и при каких условиях они применяются? Приведите примеры.
6. Как происходит расчёт НДС и акцизов при импорте товаров
7. Как формируется окончательная цена на импортируемый товар.
8. Какие факторы необходимо учитывать при формировании цены на экспортируемый товар?
9. Каковы могут быть шесть основные условий, на которых даются коммерческие предложения по поставке товаров на экспорт, и при каких условиях они применяются?
10. Приведите виды цен на товары, реализуемые по контракту. При каких условиях они применяются?
11. Из каких элементов формируется транспортный тариф?
12. Каковы особенности расчёта транспортного тарифа на различных видах транспорта? Приведите примеры.
13. Каковы особенности государственного регулирования тарифов на различные виды транспортных услуг?
14. В чём состоит специфика формирования цен на услуги?
15. Каковы основные виды цен на услуги? Приведите примеры.
16. Каковы особенности формирования цен на различные виды услуг? Приведите примеры.
17. На какие виды услуг существует прямое государственное регулирование цен, и чем это обусловлено?

Критерии оценки промежуточной аттестации – тест

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка теста	Требования к сформированным компетенциям
100-86	<i>«отлично»</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он точно отвечает на все вопросы теста, указывает все возможные правильные варианты или допускает 10 % ошибок от всего массива правильных вариантов ответов.
85-76	<i>«хорошо»</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он точно отвечает на все вопросы теста, указывает все возможные правильные варианты, но допускает 20 % ошибок от всего массива правильных вариантов ответов.
75-61	<i>«удовлетворительно»</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он при ответе на вопросы теста допускает 40 % ошибок от всего массива правильных вариантов ответов.
60-0	<i>«неудовлетворительно»</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который допускает более 40 % ошибок от всего массива правильных вариантов ответов.

Критерии оценки блиц-опросов:

– 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;

– 60-0 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.

Тематика практических занятий по дисциплине «Ценообразование»

Занятие 1. Сущность ценообразования, основные подходы к нему (6/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – семинар-пресс-конференция (4/2 час.)

1. Понятие цены. Основные функции цен.
2. Сущность ценообразования и его роль в деятельности предприятия.
3. Затратный и ценностный подходы к ценообразованию, их особенности, достоинства и недостатки.
4. Факторы, влияющие на формирование цены.
5. Государственное регулирование цен: сущность, методы, особенности в различных странах, влияние на уровень цен.

Занятие 2. Виды цен и порядок их расчёта (9/3 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи) (6/3 час.)

1. Классификация цен в современных условиях.
2. Оптовые цены: виды, порядок расчёта.
3. Порядок расчёта розничных цен.

Занятие 3. Себестоимость как основа определения цены (6/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – семинар-дискуссия (4/2 час.)

1. Затраты предприятия, их виды.
2. Понятие и методы калькуляции себестоимости.
3. Порядок расчёта себестоимости.

Занятие 4. Основные стратегии ценообразования и условия их выбора (12/4 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – деловая игра (8/4 час.)

1. Понятие и сущность стратегии ценообразования.
2. Классификация стратегий ценообразования и условия их выбора.
3. Порядок разработки стратегии ценообразования.
4. Эластичность спроса по цене: расчёт и роль в формировании ценовой стратегии.

Занятие 5. Методы ценообразования (9/3 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – семинар-дискуссия (6/3 час.)

1. Сущность и роль выбора метода ценообразования.
2. Классификация методов ценообразования, условия выбора, достоинства и недостатки.
3. Порядок расчёта цены при различных методах ценообразования.

Занятие 6. Внешнеторговые цены и особенности их расчёта (6/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного

анализа (ситуационные задачи) (4/2 час.)

1. Формирование цен на экспортные товары: особенности, расчёт.
2. Формирование цен на импортные товары: особенности, расчёт.

Занятие 7. Особенности ценообразования в отдельных сферах экономической деятельности (6/2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи) (4/2 час.)

1. Расчёт цен в транспортной сфере: классификация цен, способы и порядок расчёта.
2. Расчёт цен в сфере услуг: классификация цен, способы и порядок расчёта.

Критерии оценки:

– 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Студент знает и владеет навыком работы по теме задания; 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. 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. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

– 60-0 баллов – работа представляет собой 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.

Ситуационные задачи по дисциплине «Ценообразование»

Раздел I. Сущность, виды, факторы формирования и порядок расчёта цен

Занятие 2. Виды цен и порядок их расчёта

Задача 1. Себестоимость изделия 50 руб. Рентабельность промышленного предприятия по отношению к себестоимости – 30 %. Ставка НДС – 18 % от отпускной цены промышленности без НДС.

Задача 2. Для производства 250 булок хлеба предприятием закуплено сырье на сумму 1500 руб. с учетом НДС по ставке 10 %. Издержки на производство хлеба предприятия без учета стоимости сырья 700 руб. Прибыль устанавливается предприятием в размере 20 % от совокупных издержек. Ставка НДС на хлеб – 10 %. Определить отпускную цену промышленности на одну булку хлеба.

Задача 3. Рассчитать отпускную цену промышленности за 1 бутылку виноградного вина.

Себестоимость 1 бутылки виноградного вина емкостью 0,5 л. 150 руб. Прибыль устанавливается предприятием в размере 20 % от себестоимости. Содержание спирта в вине 17 %. Ставка акциза 95 руб. за 1 л. безводного (стопроцентного) этилового спирта, содержащегося в подакцизном товаре. Ставка НДС – 18 %.

Занятие 3. Себестоимость как основа определения цены

Задача 1. Определить себестоимость изготовления единицы изделия.

Годовой выпуск составляет 40000 единиц, затраты на сырье и материалы – 10000 тыс. руб., основная заработная плата производственных рабочих – 33000 тыс. руб., дополнительная заработная плата – 9 %, отчисления во внебюджетные фонды – 30 %, расходы по содержанию и эксплуатации оборудования – 1500 тыс. руб., цеховые расходы – 20 % от основной заработной платы, общепроизводственные расходы – 18 % от цеховой себестоимости, общехозяйственные – 16 % от цеховой себестоимости, внепроизводственные – 3 % от производственной себестоимости. Определить себестоимость единицы продукции.

Задача 2. Годовой выпуск изделия составляет 20000 единиц, объем реализации – 10600 тыс. руб., затраты на рубль продукции – 0,9 руб. В течение планового периода затраты на материалы, используемые при изготовлении продукции, составляют 30000 тыс. руб. Основная заработная плата рабочих, изготавливающих продукцию, равна 40000 тыс. руб., дополнительная заработная плата составит 10 % от основной. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования планируется сохранить на уровне отчетного года в размере 12000 тыс. руб. Цеховые расходы составят 50 % от основной заработной платы, общехозяйственные расходы – 25 %, общепроизводственные расходы – 20 % от цеховой себестоимости. Отчисления во внебюджетные фонды – 30 % от оплаты труда. Внепроизводственные расходы составят 7 %. Плановый выпуск продукции – 1000 изделий в год. Определить себестоимость единицы изделия.

Раздел II. Стратегии и методы ценообразования в различных сферах экономической деятельности

Занятие 4. Основные стратегии ценообразования и условия их выбора

Задача 3. Определить цену, максимизирующую маржинальную прибыль при производстве товара. Переменные расходы на производство единицы товара составили 3000 руб. Коэффициент эластичности спроса по цене по

этому товару равен (– 1,97). Предполагаемый объем продаж по цене 5000 руб. составит 5 тыс. штук. Возможные варианты цены 5500, 6200, 6500 руб.

Занятие 5. Методы ценообразования

Задача 4. Рассчитайте прибыль от продажи всего ассортимента товаров методом калькуляции, оптимизируйте ассортиментный набор с позиции прибыльности. Доля косвенных затрат 40 % от основных. Данные для расчета представлены в таблице.

Показатели	А	Б	В
Продажная цена, руб.	90	80	100
Сбыт, тыс. шт.	200	500	300
Прямые затраты, тыс. руб.	13000	2 000	20000

Задача 5. Цена предприятия 1 на товар – 55 руб., предприятия 2 – 50 руб., предприятия 3 – 48 руб. Средневзвешенные индексы изделий предприятий 1, 2, 3 равны, соответственно, 80, 70, 85 баллов.

Определите цену на товар предприятия 1 балльным методом. Кроме предприятия 1, этот товар выпускают предприятия 2 и 3.

Занятие 6. Внешнеторговые цены и особенности их расчёта

Задача 1. Закуплена партия охлажденного мяса крупного рогатого скота на 6000 долларов по цене 1,2 доллара за 1 кг. Ставка таможенной пошлины 15 %, но не менее 0,20 евро за 1 кг. Сборы за таможенное оформление составляют 0,15 % от таможенной стоимости партии. НДС взимается при таможенном оформлении по ставке 18 %.

Рассчитайте оптовую цену 1 кг мяса, если оптовая надбавка составляет 25 % от растаможенной стоимости партии без НДС, а курс евро и доллара на момент пересечения товаром границы был 75 и 65 рублей соответственно.

Занятие 7. Особенности ценообразования в отдельных сферах экономической деятельности

Задача 1. Риелторская компания «Олимп» пытается определить цену на услугу по реализации квартир. Специалисты компании выделили главный

параметр – надежность, который рассчитывается как произведение числа полных лет работы фирмы на среднегодовое количество заключаемых ею сделок. За базовую принята цена реализации квартир конкурирующей фирмой «Кредо» – 6% от суммы сделки. «Олимп» на рынке уже четыре года и в среднем совершает 37 сделок, «Кредо» работает семь лет и заключает в среднем 46 сделок.

Критерии оценки решения задач

Баллы	Содержание и полнота решения	Обоснованность	Оригинальность, инновационность	Оформление и представление
8-10	Задача полностью выполнена, представлено полное решение заданной в условии ситуации, продемонстрировано владение необходимыми знаниями, умениями, способами решения и оценки	Решение полностью обосновано, приведены все необходимые аргументы	Решение содержит оригинальные творческие идеи, имеет признаки новизны, опирается на современные подходы к решению проблемы ценообразования, содержит аргументы со ссылками на источники информации	Материалы представлены грамотно, оформлены в соответствии с требованиями
5-7	Задача выполнена, хотя имеются отдельные незначительные неточности и логические пробелы в решении, продемонстрировано владение основными знаниями, умениями, способами деятельности в рамках заданной ситуации	Решение частично не обосновано, отсутствуют некоторые необходимые аргументы	Решение содержит элементы творчества, опирается на знания, полученные на лекциях, однако не содержит современные научные подходы к решению проблемы ценообразования, отсутствуют аргументы со ссылками на источники информации	Материалы представлены грамотно, есть недостатки в оформлении
3-4	Задание выполнено не полностью, есть существенные логические пробелы в решении; продемонстрировано фрагментарное владение знаниями, умениями, способами деятельности в рамках заданной ситуации	Решение практически не обосновано, отсутствуют необходимые аргументы	Решение стандартно, творчество и оригинальность идей отсутствует, нет опоры на знания, полученные на лекциях, отсутствуют современные подходы к решению заданной проблемы	В представленных материалах есть существенные недостатки в оформлении, грамотности, владении профессиональной лексикой
0-2	Задание выполнено лишь частично (не до конца), в решении не представлено, владение знаниями, умениями, способами деятельности в рамках заданной ситуации отсутствует	Решение не обосновано, аргументация отсутствует	Решение выполнено с ошибками, нет опоры на знания, полученные на лекциях, отсутствуют современные подходы к решению заданной проблемы	Материалы оформлены с существенными недостатками или не в соответствии с требованиями, имеются грубые ошибки в речи
Оценка эксперта				
ИТОГО				
Оценка				

Семинар-пресс-конференция «Сущность ценообразования, основные подходы к нему»

По каждому вопросу плана семинара преподаватель выбирает группу студентов (3-4 человека) в качестве экспертов. Они всесторонне изучают проблему и выделяют докладчика для изложения тезисов по ней. После первого доклада участники семинара, т.е. остальные студенты, задают вопросы, на которые отвечают докладчик и другие члены экспертной группы. Вопросы и ответы составляют центральную часть семинара. На основе вопросов и ответов разворачивается творческая дискуссия, итоги которой подводят сначала докладчик, а затем преподаватель. Аналогичным образом обсуждаются и другие вопросы плана семинарского занятия. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения темы, оценивает работу экспертных групп, определяет задачи самостоятельной работы.

Семинар-дискуссия «Проблемы формирования себестоимости продукции и услуг на предприятиях, пути снижения затрат и повышения их эффективности»

В период подготовки (начинается не более, чем за неделю до семинара) во время самостоятельной работы определяется список вопросов для обсуждения, и формируются группы студентов по каждому вопросу. Каждая группа выбирает своего руководителя и согласует его с преподавателем. Каждый руководитель заранее готовит выступление на 5-7 минут, раскрывающее актуальность и значение рассматриваемого вопроса, основные проблемы.

В ходе семинара преподаватель:

- контролирует соблюдение регламента времени, отводимого на каждый вопрос;

- осуществляет руководство обсуждением вопроса (кому предоставить слово для отчета, обеспечение порядка и дисциплины при обсуждении вопроса);

- оказывает помощь каждой группе, отвечающей на вопросы, и др.

Проведение семинара начинается вступительным словом преподавателя. После этого заслушиваются и обсуждаются доклады. Преподаватель и участники групп задают вопросы докладчику и его группе, причём каждый участник не только задает вопросы, но и выдвигает свои гипотезы, спорит, доказывает свою правоту, обращается к записям лекций и учебных пособий для уточнения своих знаний и нахождения более убедительных и точных аргументов.

Таким образом, обучаемые должны как можно чаще решать проблемы, поставленные ими самими.

Преподаватель делает заключение по каждому вопросу (раскрывает, что составляет суть данного вопроса, указывает, на что обратить особое внимание, дает ответы на вопросы, не получившие должного освещения, и т. д.).

Затем таким же образом обсуждаются все последующие вопросы семинара.

Заключительный этап:

- подводятся итоги семинара;
- оценивается работа каждого обучаемого, причём учитываются как его ответы, так и задаваемые им вопросы, высказываемые суждения, мысли.

Семинар-дискуссия «Проблемы использования и совершенствования методов ценообразования на предприятиях в современных условиях»

В период подготовки (начинается не более, чем за неделю до семинара) во время самостоятельной работы определяется список вопросов для обсуждения, и формируются группы студентов по каждому вопросу. Каждая

группа выбирает своего руководителя и согласует его с преподавателем. Каждый руководитель заранее готовит выступление на 5-7 минут, раскрывающее актуальность и значение рассматриваемого вопроса, основные проблемы.

В ходе семинара преподаватель:

- контролирует соблюдение регламента времени, отводимого на каждый вопрос;

- осуществляет руководство обсуждением вопроса (кому предоставить слово для отчета, обеспечение порядка и дисциплины при обсуждении вопроса);

- оказывает помощь каждой группе, отвечающей на вопросы, и др.

Проведение семинара начинается вступительным словом преподавателя. После этого заслушиваются и обсуждаются доклады. Преподаватель и участники групп задают вопросы докладчику и его группе, причём каждый участник не только задает вопросы, но и выдвигает свои гипотезы, спорит, доказывает свою правоту, обращается к записям лекций и учебных пособий для уточнения своих знаний и нахождения более убедительных и точных аргументов.

Таким образом, обучаемые должны как можно чаще решать проблемы, поставленные ими самими.

Преподаватель делает заключение по каждому вопросу (раскрывает, что составляет суть данного вопроса, указывает, на что обратить особое внимание, дает ответы на вопросы, не получившие должного освещения, и т. д.).

Затем таким же образом обсуждаются все последующие вопросы семинара.

Заключительный этап:

- подводятся итоги семинара;

- оценивается работа каждого обучаемого, причём учитываются как его ответы, так и задаваемые им вопросы, высказываемые суждения, мысли.

Критерии оценки за участие в семинарах:

– 100-86 баллов - студент активно участвовал, выступал, отвечал на вопросы, подробно излагал своё видение и решение проблем, глубоко аргументировал его, показал глубокие знания, умения и навыки. Студент знает и владеет навыками обоснования мнения и предлагаемых решений. Студент активно задавал глубокие, содержательные вопросы другим участникам;

– 85-76 баллов – студент активно участвовал, выступал, отвечал на вопросы, подробно излагал своё видение и решение проблем, аргументировал его, но аргументация не всегда была убедительной и глубокой. Студент знает и владеет навыками обоснования мнения и предлагаемых решений. Студент активно задавал содержательные вопросы другим участникам;

– 75-61 балл – студент участвовал, выступал, отвечал на вопросы, излагал своё видение и решение проблем, аргументировал его, но аргументация не всегда была убедительной и глубокой. Студент высказывал своё мнение и предлагаемые решения, но они не всегда были достаточно обоснованными. Студент задавал вопросы другим участникам, но они не всегда носили содержательный характер и не всегда были точно сформулированы;

– 60-0 баллов – студент не принимал активного участия, не отвечал на вопросы и не задавал их, либо делал это редко и только по настоянию, вопросы и ответы не носили содержательного, аргументированного характера, знания, умения и навыки не продемонстрированы должным образом.

Деловая игра «Выбор стратегии ценообразования»

Для выполнения задания по деловой игре студенты подразделяются на 5 примерно равных подгрупп, исходя из общей численности студенческой группы. Каждой группе даётся один из нижеследующих вариантов задания для определённого предприятия, таким образом, группы выступают в роли руководителей своего предприятия, отвечающих за разработку стратегии ценообразования.

Группы разрабатывают и обосновывают стратегии ценообразования для своего предприятия, независимо друг от друга, на основании представленных данных и накопленных теоретических знаний. По результатам проведённой работы каждая группа предоставляет отчёт и готовит доклад, а также презентацию. Группы обмениваются вопросами, замечаниями, рекомендациями, в конце занятия преподаватель подводит общий итог.

Предприятие 1

Предприятие 1 занимается добычей и переработкой рыбы и рыбопродукции. Его рыночная доля 15 %. Основными конкурентами являются предприятие 2 (рыночная доля 50 %), предприятие 3 (рыночная доля 10 %) и предприятие 5 (рыночная доля 7 %).

Издержки производства фирмы за год характеризуются следующими данными:

Таблица 1 – Статьи издержек производства предприятия 1

Статьи издержек	Сумма, тыс. руб.
1. Сырье и материалы	32780
2. Покупные изделия и полуфабрикаты	18910
3. Расходы топлива и энергии на технологические нужды	10090
4. Заработная плата и отчисления	264720
5. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	27730
6. Общецеховые расходы	32780

7. Общепроизводственные расходы	31510
8. Реклама	3780
9. Транспортные расходы	63030
10. Прочие расходы	94540

Фирма производит и реализует в год 4350 тн. продукции. Средняя цена 1 кг. – 310 руб. В прошлом году средняя цена 1 кг. продукции составляла 290 руб. при объеме продаж 4900 тн.

Взяв выручку с учётом НДС за 100 %, сравним данные об основных экономических показателях конкурентов предприятия 1. Данные о конкурентах приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Данные о конкурентах предприятия 1 (%)

Показатели	Предпри- ятие 1	Предпри- ятие 2	Предпри- ятие 3	Предпри- ятие 5
Издержки производства	43	40	48	46
Издержки обращения	8	8	10	12
Маркетинговые затраты	7	7	4	3
Прибыль	27	30	23	24
Издержки производства/прибыль	159	133	209	192
Издержки обращения/прибыль	30	27	43	50
Маркетинговые затраты/прибыль	26	23	17	13

Разработайте стратегию ценообразования для предприятия 1.

Предприятие 2

Предприятие 2 занимается добычей и переработкой рыбы и рыбопродукции. Его рыночная доля 50 %. Основными конкурентами

являются предприятие 1 (рыночная доля 15 %), предприятие 3 (рыночная доля 10 %) и предприятие 5 (рыночная доля 7 %).

Издержки производства фирмы за год характеризуются следующими данными:

Таблица 1 – Статьи издержек производства предприятия 2

Статьи издержек	Сумма, тыс. руб.
1. Сырье и материалы	81960
2. Покупные изделия и полуфабрикаты	47280
3. Расходы топлива и энергии на технологические нужды	25220
4. Заработная плата и отчисления	661960
5. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	69350
6. Общецеховые расходы	81960
7. Общепроизводственные расходы	78800
8. Реклама	9460
9. Транспортные расходы	157610
10. Прочие расходы	236410

Фирма производит и реализует в год 14500 тн. продукции. Средняя цена 1 кг. – 250 руб. В прошлом году средняя цена 1 кг. продукции составляла 230 руб. при объеме продаж 16200 тн.

Взяв выручку с учётом НДС за 100 %, сравним данные об основных экономических показателях конкурентов предприятия 2. Данные о конкурентах приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Данные о конкурентах предприятия 2 (%)

Показатели	Предпри- ятие 1	Предпри- ятие 2	Предпри- ятие 3	Предпри- ятие 5
Издержки производства	43	40	48	46

Издержки обращения	8	8	10	12
Маркетинговые затраты	7	7	4	3
Прибыль	27	30	23	24
Издержки производства/прибыль	159	133	209	192
Издержки обращения/прибыль	30	27	43	50
Маркетинговые затраты/прибыль	26	23	17	13

Разработайте стратегию ценообразования для предприятия 2.

Предприятие 3

Предприятие 3 занимается добычей и переработкой рыбы и рыбопродукции. Его рыночная доля 10 %. Основными конкурентами являются предприятие 1 (рыночная доля 15 %), предприятие 2 (рыночная доля 50 %) и предприятие 5 (рыночная доля 7 %).

Издержки производства фирмы за год характеризуются следующими данными:

Таблица 1 – Статьи издержек производства предприятия 3

Статьи издержек	Сумма, тыс. руб.
1. Сырье и материалы	25180
2. Покупные изделия и полуфабрикаты	14530
3. Расходы топлива и энергии на технологические нужды	7750
4. Заработная плата и отчисления	203350
5. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	21300
6. Общецеховые расходы	25180
7. Общепроизводственные расходы	24210
8. Реклама	2910

9. Транспортные расходы	48420
10. Прочие расходы	72630

Фирма производит и реализует в год 2900 тн. продукции. Средняя цена 1 кг. – 320 руб. В прошлом году средняя цена 1 кг. продукции составляла 300 руб. при объеме продаж 2530 тн.

Взяв выручку с учётом НДС за 100 %, сравним данные об основных экономических показателях конкурентов предприятия 3. Данные о конкурентах приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Данные о конкурентах предприятия 3 (%)

Показатели	Предпри- ятие 1	Предпри- ятие 2	Предпри- ятие 3	Предпри- ятие 5
Издержки производства	43	40	48	46
Издержки обращения	8	8	10	12
Маркетинговые затраты	7	7	4	3
Прибыль	27	30	23	24
Издержки производства/прибыль	159	133	209	192
Издержки обращения/прибыль	30	27	43	50
Маркетинговые затраты/прибыль	26	23	17	13

Разработайте стратегию ценообразования для предприятия 3.

Предприятие 4

Предприятие 4 занимается добычей и переработкой рыбы и рыбопродукции. Его рыночная доля 2 %. Основными конкурентами являются предприятие 1 (рыночная доля 15 %), предприятие 2 (рыночная доля 50 %), предприятие 3 (рыночная доля 10 %) и предприятие 5 (рыночная доля 7 %).

Само предприятие 4, в силу маленькой рыночной доли, не считается основным конкурентом.

Издержки производства фирмы за год характеризуются следующими данными:

Таблица 1 – Статьи издержек производства предприятия 4

Статьи издержек	Сумма, тыс. руб.
1. Сырье и материалы	5140
2. Покупные изделия и полуфабрикаты	2970
3. Расходы топлива и энергии на технологические нужды	1580
4. Заработная плата и отчисления	41520
5. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	4350
6. Общецеховые расходы	5140
7. Общепроизводственные расходы	4940
8. Реклама	590
9. Транспортные расходы	9890
10. Прочие расходы	14830

Фирма производит и реализует в год 580 тн. продукции. Средняя цена 1 кг. – 280 руб. В прошлом году средняя цена 1 кг. продукции составляла 275 руб. при объеме продаж 640 т.

Взяв выручку с учётом НДС за 100 %, сравним данные об основных экономических показателях конкурентов предприятия 4. Данные о конкурентах приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Данные о конкурентах предприятия 4 (%)

Показатели	Предпри- ятие 4	Предпри- ятие 1	Предпри- ятие 2	Предпри- ятие 3	Предпри- ятие 5
Издержки производства	56	43	40	48	46

Издержки обращения	12	8	8	10	12
Маркетинговые затраты	8	7	7	4	3
Прибыль	9	27	30	23	24
Издержки производства/прибыль	622	159	133	209	192
Издержки обращения/прибыль	133	30	27	43	50
Маркетинговые затраты/прибыль	89	26	23	17	13

Разработайте стратегию ценообразования для предприятия 4.

Предприятие 5

Предприятие 5 занимается добычей и переработкой рыбы и рыбопродукции. Его рыночная доля 7 %. Основными конкурентами являются предприятие 1 (рыночная доля 15 %), предприятие 2 (рыночная доля 50 %) и предприятие 3 (рыночная доля 10 %).

Издержки производства фирмы за год характеризуются следующими данными:

Таблица 1 – Статьи издержек производства предприятия 5

Статьи издержек	Сумма, тыс. руб.
1. Сырье и материалы	1847
2. Покупные изделия и полуфабрикаты	1066
3. Расходы топлива и энергии на технологические нужды	568
4. Заработная плата и отчисления	14921
5. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	1563
6. Общецеховые расходы	1847

7. Общепроизводственные расходы	1776
8. Реклама	213
9. Транспортные расходы	3553
10. Прочие расходы	5329

Фирма производит и реализует в год 2030 тн. продукции. Средняя цена 1 кг. – 350 руб. В прошлом году средняя цена 1 кг. продукции составляла 330 руб. при объеме продаж 1920 тн.

Взяв выручку с учётом НДС за 100 %, сравним данные об основных экономических показателях конкурентов предприятия 5. Данные о конкурентах приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Данные о конкурентах предприятия 5 (%)

Показатели	Предпри- ятие 1	Предпри- ятие 2	Предпри- ятие 3	Предпри- ятие 5
Издержки производства	43	40	48	46
Издержки обращения	8	8	10	12
Маркетинговые затраты	7	7	4	3
Прибыль	27	30	23	24
Издержки производства/прибыль	159	133	209	192
Издержки обращения/прибыль	30	27	43	50
Маркетинговые затраты/прибыль	26	23	17	13

Разработайте стратегию ценообразования для предприятия 5.

Критерии оценки за участие в деловой игре:

– 100-86 баллов - студент активно участвовал в игре команды и достигении результата, выступал, отвечал на вопросы, подробно излагал

своё видение и решение проблем, глубоко аргументировал его, показал глубокие знания, умения и навыки. Студент знает и владеет навыками обоснования мнения и предлагаемых решений. Студент активно задавал глубокие, содержательные вопросы другим командам;

– 85-76 баллов – студент активно участвовал в игре команды и достижении результата, выступал, отвечал на вопросы, подробно излагал своё видение и решение проблем, аргументировал его, но аргументация не всегда была убедительной и глубокой. Студент знает и владеет навыками обоснования мнения и предлагаемых решений. Студент активно задавал содержательные вопросы другим командам;

– 75-61 балл – студент участвовал в игре команды и достижении результата, выступал, отвечал на вопросы, излагал своё видение и решение проблем, аргументировал его, но аргументация не всегда была убедительной и глубокой. Студент высказывал своё мнение и предлагаемые решения, но они не всегда были достаточно обоснованными. Студент задавал вопросы другим командам, но они не всегда носили содержательный характер и не всегда были точно сформулированы;

– 60-0 баллов – студент не принимал активного участия в игре команды, не отвечал на вопросы и не задавал их, либо делал это редко и только по настоянию, вопросы и ответы не носили содержательного, аргументированного характера, знания, умения и навыки не продемонстрированы должным образом.

Тематика рефератов по дисциплине «Ценообразование»

Тема 1. Цена в современной экономике.

1. Основные подходы к ценообразованию.
2. Цена как экономическая категория.
3. Основные функции цены и их роль в экономике.
4. Особенности ценообразования в рыночной экономике.

5. Прибыль и затраты как основные составляющие цены.

Тема 2. Факторы формирования рыночных цен.

1. Влияние инфляции на ценообразование.

2. Переменные и постоянные издержки как фактор ценообразования.

3. Психологические аспекты ценообразования.

4. Формирование цен с учётом типа рынка.

5. Факторы, влияющие на уровень цен в сфере производства, обращении товаров и потреблении результатов труда.

6. Особенности ценовой политики российских компаний.

7. Формы чистого дохода общества, их влияние на формирование уровня цен на различные товары и услуги.

8. Взаимосвязь цен и финансов.

9. Налоговая система, ее роль в экономической политике государства и влияние на ценообразование в обществе.

10. Государственное регулирование цен в рыночной экономике.

11. Государственная политика в области ценообразования и основные методы регулирования величины стоимости.

12. Роль государства в регулировании финансовой системы и ценовая политика.

13. Ценовой мониторинг и его значение в развитии рыночных отношений.

14. Ценообразование в российской экономике.

15. Пути совершенствования ценообразования в современной экономике.

16. Ценообразование и его государственное регулирование в странах (на выбор студента).

17. Регулирование цен на продукцию естественных монополий.

Тема 3. Система и классификация цен.

1. Цены на основные виды продукции и услуги.
2. Система и классификация цен.
3. Соотношение свободных и регулируемых цен на российском потребительском рынке.
4. Соотношение цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию («ножницы цен»), причины возникновения, особенности и роль в экономике.

Тема 4. Классификация цен по характеру обслуживаемого оборота.

1. Оптовые цены, их особенности, виды и расчёт.
2. Закупочные цены, их особенности и расчёт.
3. Социально-экономическое содержание и структура розничных цен.

Тема 5. Себестоимость единицы продукции (услуг) как основа установления цены.

1. Экономическая сущность и виды себестоимости.
2. Методы калькуляции себестоимости и условия их использования.
3. Расчёт себестоимости единицы продукции (на примере).

Тема 6. Ценовая политика и ценовые стратегии предприятия.

1. Ценовые стратегии: сущность, роль, порядок разработки.
2. Виды ценовых стратегий и условия их применения.
3. Ценовая политика фирмы.
4. Управление ценовой политикой предприятия.

Тема 7. Методы ценообразования.

1. Затратные методы ценообразования: сущность, виды, условия применения.
2. Методы ценообразования с учётом конкуренции: сущность, виды, условия применения.

3. Маркетинговые методы ценообразования: сущность, виды, условия применения.

4. Ценообразование на основе определения объёма безубыточности и обеспечения целевой прибыли: сущность, порядок и условия применения.

5. Методика установления рыночных цен на товары.

Тема 8. Скидки как инструмент ценовой политики.

1. Дифференциация цен, её сущность и разновидности. Ценовые скидки как вид дифференциации цен, их преимущества и недостатки.

2. Виды скидок, условия их применения, порядок расчёта.

3. Ценовые скидки и ценовая дискриминация, их сущность, роль и взаимосвязь.

Тема 9. Формирование цен на импортные товары.

1. Порядок и способы расчёта таможенной стоимости на импортируемые товары.

2. Таможенные пошлины и сборы: особенности исчисления, регулирующие нормативно-правовые акты.

3. Особенности расчёта НДС и акцизов на импортируемые товары.

4. Формирование конечной цены на импортируемый товар.

Тема 10. Формирование цен на экспортные товары.

1. Особенности формирования цены на экспортируемый товар.

2. Расчёт экспортной цены на товар (на примере).

Тема 11. Регулирование цен в ходе выполнения контракта.

1. Виды цен, устанавливаемых по контракту. Условия их применения.

2. Скользящая цена на товар: сущность, особенности, условия применения.

Тема 12. Ценообразование в транспортной сфере.

1. Особенности установления цен на транспорте.
2. Специфика ценообразования на различных видах транспорта: обоснование, особенности, выводы.
3. Особенности регулирования тарифов в транспортной сфере.

Тема 13. Ценообразование в сфере услуг.

1. Ценообразование на рынке ценных бумаг
2. Ценообразование на рынке государственных ценных бумаг
3. Ценообразование и система налогообложения в России.
4. Ценообразование в области маркетинга.
5. Ценообразование в сфере услуг.
6. Ценообразование на предприятии торговли.
7. Ценообразование в малом бизнесе.

Критерии оценки реферата

№ п/п	Критерий	Количество баллов
1	Готовность реферата к объявленному сроку	10
2	Уровень владения научным языком написания реферата	10
3	Владение предметом исследования, его понятийным аппаратом, терминологией, знание общепринятых научных концепций в заданной предметной области, понимание современных тенденций и проблем в исследовании предмета	20
4	Аргументация своей позиции с опорой на научные концепции, факты социально-экономической действительности или собственный опыт	40
5	Материал подан системно, с наличием иллюстраций, таблиц, схем и рисунков	20
6	ИТОГО	100

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

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

Текущая аттестация по дисциплине «Ценообразование» проводится в форме контрольных мероприятий (участие в семинарах, ответы на блиц-опросы, выступления с докладами, решение ситуационных задач, написание рефератов) 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 (собеседование);
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (работа на практических занятиях, решение ситуационных задач);
- результаты самостоятельной работы (написание рефератов).

Типовые оценочные средства по текущей аттестации по дисциплине «Ценообразование» размещены в разделе рабочей учебной программы дисциплины «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся».

Критерии оценки текущей аттестации – реферат

№ п/п	Критерий	Количество баллов
1	Готовность реферата к объявленному сроку	10
2	Уровень владения научным языком написания реферата	10
3	Владение предметом исследования, его понятийным аппаратом, терминологией, знание общепринятых научных концепций в заданной предметной области, понимание современных	20

	тенденций и проблем в исследовании предмета	
4	Аргументация своей позиции с опорой на научные концепции, факты социально-экономической действительности или собственный опыт	40
6	Материал подан системно, с наличием иллюстраций, таблиц, схем и рисунков	20
7	ИТОГО	100

Критерии оценки текущей аттестации – доклад с сопровождением мультимедиа-презентации

№ п/п	Критерий	Количество баллов
1	Готовность результатов самостоятельной работы в срок	20
2	Цель и задачи исследования сформулированы в соответствии с выбранной темой задания	20
3	Материал подан системно, аргументированно, с наличием иллюстраций, таблиц, схем и рисунков	40
4	Наличие мультимедиа презентации	20
5	ИТОГО	100

Критерии оценки решения задач

Баллы	Содержание и полнота решения	Обоснованность	Оригинальность, инновационность	Оформление и представление
8-10	Задача полностью выполнена, представлено полное решение заданной в условии ситуации, продемонстрировано владение необходимыми знаниями, умениями, способами решения и оценки	Решение полностью обосновано, приведены все необходимые аргументы	Решение содержит оригинальные творческие идеи, имеет признаки новизны, опирается на современные подходы к решению проблемы ценообразования, содержит аргументы со ссылками на источники информации	Материалы представлены грамотно, оформлены в соответствии с требованиями
5-7	Задача выполнена, хотя имеются отдельные незначительные неточности и логические пробелы в решении, продемонстрировано владение основными знаниями, умениями, способами деятельности в рамках заданной ситуации	Решение частично не обосновано, отсутствуют некоторые необходимые аргументы	Решение содержит элементы творчества, опирается на знания, полученные на лекциях, однако не содержит современные научные подходы к решению проблемы ценообразования, отсутствуют аргументы со ссылками на источники информации	Материалы представлены грамотно, есть недостатки в оформлении
3-4	Задание выполнено не полностью, есть существенные логические пробелы в решении; продемонстрировано фрагментарное владение знаниями, умениями, способами деятельности в рамках заданной ситуации	Решение практически не обосновано, отсутствуют необходимые аргументы	Решение стандартно, творчество и оригинальность идей отсутствует, нет опоры на знания, полученные на лекциях, отсутствуют современные подходы к решению заданной проблемы	В представленных материалах есть существенные недостатки в оформлении, грамотности, владении профессиональной лексикой
0-2	Задание выполнено лишь частично (не до конца), в	Решение не обосновано,	Решение выполнено с ошибками, нет опоры на знания, полученные	Материалы оформлены с

	решении не представлено, владение знаниями, умениями, способами деятельности в рамках заданной ситуации отсутствует	аргументация отсутствует	на лекциях, отсутствуют современные подходы к решению заданной проблемы	существенными недостатками или не в соответствии с требованиями, имеются грубые ошибки в речи
Оценка эксперта				
ИТОГО				
Оценка				

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Ценообразование» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Краткая характеристика процедуры применения используемого оценочного средства. В результате посещения лекций, лабораторных занятий, семинаров и круглых столов студент последовательно осваивает материалы дисциплины и изучает ответы на вопросы к зачету, представленные в структурном элементе ФОС IV.1. В ходе промежуточной аттестации студент готовит индивидуальное творческое зачетное задание (индивидуальное творческое зачетное задание размещено в структурном элементе ФОС IV.2). Критерии оценки студента на зачете представлены в структурном элементе ФОС IV.3. Критерии оценки текущей аттестации – контрольная проверка знаний (лабораторная работа 1, лабораторная работа, групповое творческое задание) представлены в структурном элементе ФОС V.

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене
по дисциплине «Ценообразование»
(промежуточная аттестация - экзамен)**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
85-100	<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 ценовое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач по формированию ценней, выдвигает рекомендации по совершенствованию различных аспектов ценообразования.
65-84	<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 в области ценообразования, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
45-64	<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 ответах на дополнительные вопросы
1-44	<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.