




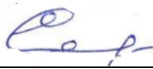
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП


И. М. Романова
(подпись)
«14» сентября 2017 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой экономики
предприятия


А. Ю. Сащенко
(подпись)
«14» сентября 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Ценообразование
Направление подготовки **38.03.06 Торговое дело**
Форма подготовки очная

курс 3 семестр 6
лекции 18 час.
практические занятия 36 час.
лабораторные работы 0 час.
в том числе с использованием МАО лек. 0 /пр. 18 /лаб. 0 час.
всего часов аудиторной нагрузки 54 час./10 час.
в том числе с использованием МАО 18 час.
самостоятельная работа 54 час.
в том числе на подготовку к экзамену 27 час.
контрольные работы (количество) –
курсовая работа/курсовой проект –
зачет –
экзамен 6 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ, утвержденного приказом ректора от 04.04.2016 г. № 12-13-592

Рабочая программа обсуждена на заседании департамента экономических наук, протокол № 9/1 от «14» сентября 2017 г.

Заведующий кафедрой экономики предприятия А.Ю. Сащенко

Составитель: С.В. Подольский

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «6» июня 2018 г. № 9/1

Заведующий кафедрой _____ А. Ю. Сащенко
(подпись)

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Ценообразование»

Учебный курс «Ценообразование» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (54 часа, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Ценообразование» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин, «Предпринимательство», «Основы коммерческой деятельности» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Торговый маркетинг».

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-7 способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	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. ЦЕЛЬ. ЗАДАЧИ И РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- понятие цены, сущность ценообразования и его роль в деятельности предприятия;
- виды цен, их особенности, условия применения и способы расчёта;
- факторы, влияющие на формирование рыночных цен;
- показатели, требуемые для обоснованного расчёта цены (спрос, объёмы продаж, затраты на единицу товара или услуги, коэффициент эластичности спроса по цене и др.)
- виды ценовых стратегий и условия их применения;
- методы ценообразования и критерии их выбора;

- основные показатели, характеризующие деятельность предприятия в области ценообразования (цены в динамике, размеры и доли надбавок и скидок, валовую маржу и прибыль на единицу товара или услуги и др.);
- ценовые скидки, их виды и обоснование.

Уметь:

- рассчитывать различные виды цен на основе имеющихся данных;
- рассчитывать показатели, необходимые для обоснованного формирования цен (затраты на единицу товара или услуги, валовую маржу, долю фирмы на рынке, коэффициент эластичности спроса по цене и др.);
- обосновывать ценовые скидки и рассчитывать их размеры;
- обоснованно выбирать и применять наилучшие ценовые стратегии;
- обоснованно выбирать и применять наилучшие методы ценообразования.

Владеть:

- методами и приёмами поиска достоверных, полных и актуальных данных, требуемых для расчёта цен на практике;
- способами расчёта, прогнозирования и планирования аналитических показателей, необходимых для предприятия в области ценообразования (затрат, валовой маржи, прибыли на единицу товара или услуги, доли на рынке, коэффициента эластичности спроса по цене, точки безубыточности и др.);
- навыками разработки вариантов, выбора и реализации ценовых стратегий;
- способами обоснования и практического применения методов ценообразования;
- навыками обоснования, расчёта и применения ценовых скидок.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа учебной дисциплины «Ценообразование» предназначена для бакалавров направления подготовки 38.03.06 Торговое дело. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов), самостоятельная работа (27

часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре. Дисциплина «Ценообразование» входит в вариативную часть блока обязательных дисциплин Б1.В.ОД.10. Дисциплина реализуется на базе знаний, полученных по дисциплинам: Экономическое и правовое мышление, Микроэкономика, Основы коммерческой деятельности, Экономика фирмы, Маркетинг, Поведение потребителей, Предпринимательство. Также дисциплина логически и содержательно связана с такими курсами, как Управление продажами, Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения.

III. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

№	Тема	Краткое содержание темы	Виды учебных занятий (лекции, практические занятия и др.) в часах
1	Цена в современной экономике	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.	Лекция – 1 час
2	Факторы формирования рыночных цен	Факторы, формирующие рыночные цены: стоимость товаров, факторы спроса, потребительского выбора, предложения, рыночная структура, обеспеченность рубля товарной массой, административное и экономическое государственное регулирование цен.	Лекция – 1 час
3	Система и классификации цен	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	Лекция – 2 часа

		(расчетные цены, справочные, прейскурантные). 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).	
4	Классификация цен по характеру обслуживаемого оборота	Классификация цен по характеру обслуживаемого оборота. Оптовые, закупочные, розничные цены, цены на строительную продукцию, тарифы грузового и пассажирского транспорта, тарифы на услуги населению.	Лекция – 2 часа
5	Себестоимость единицы продукции (услуг) как основа установления цены	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 объёма выпуска (продаж)).	Лекция – 2 часа
6	Ценовая политика и ценовые стратегии предприятия	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.	Лекция – 2 часа
7	Методы ценообразования	Понятие методов ценообразования. Затратные методы ценообразования: «издержки плюс», минимальных затрат, метод расчета цен на основе	Лекция – 2 часа

		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.	
8	Скидки как инструмент ценовой политики	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.	Лекция – 1 час
9	Формирование цен на импортные товары	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	Лекция – 2 часа

		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.	
10	Формирование цен на экспортные товары	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.	Лекция – 1 час
11	Регулирование цен в ходе выполнения контракта	Виды цен, устанавливаемых в контракте. Методика расчета скользящей цены.	Лекция – 1 час
12	Ценообразование в транспортной сфере	Особенности установления цен (тарифов) на транспортные услуги. Экономическая основа и порядок установления транспортных тарифов.	Лекция – 0,5 часа
13	Ценообразование в сфере услуг	Особенности установления цен (тарифов) в сфере услуг. Обоснование установления цен в туризме. Ценообразование в общественном питании. Ценообразование на гостиничные услуги.	Лекция – 0,5 часа
17	Сущность ценообразования, основные подходы к нему (с учетом использования методов активного обучения)	Тема семинара-пресс-конференции: «Сущность ценообразования и основные подходы к нему в современных условиях». 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.	Семинар-пресс-конференция – 6 часов
18	Виды цен и порядок	Вопросы для обсуждения:	Практическое

	их расчёта	1. Классификация цен в современных условиях. 2. Оптовые цены: виды, порядок расчёта. 3. Порядок расчёта розничных цен. Решение задач.	занятие – 6 часов
19	Себестоимость как основа определения цены (с учетом использования методов активного обучения)	Тема семинара-дискуссии: «Проблемы формирования себестоимости продукции и услуг на предприятиях, пути снижения затрат и повышения их эффективности». 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. Решение задач.	Семинар-дискуссия – 4 часа
20	Основные стратегии ценообразования и условия их выбора (с учетом использования методов активного обучения)	Тема деловой игры: «Выбор стратегии ценообразования». 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. Решение задач.	Деловая игра – 6 часов
21	Методы ценообразования (с учетом использования методов активного обучения)	Тема семинара-дискуссии: «Проблемы использования и совершенствования методов ценообразования на предприятиях в современных условиях». 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. Решение задач.	Семинар-дискуссия – 4 часа
22	Внешнеторговые цены и особенности	Вопросы для обсуждения: 1. Формирование цен на экспортные	Практическое занятие – 4 часа

	их расчёта	товары: особенности, расчёт. 2. Формирование цен на импортные товары: особенности, расчёт. Решение задач.	
23	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.	Практическое занятие – 4 часа

IV. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ И/ИЛИ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

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

Вид итоговой аттестации – экзамен в устной форме (6 семестр) с использованием оценочных средств – устный опрос в форме собеседования по результатам ответов студента на вопросы теста;

Вид промежуточной аттестации - рейтинговая система оценки обучения студентов в системе tandem.dvfu.ru

Краткая характеристика процедуры применения используемых оценочных средств. В результате посещения лекций, практических занятий, семинаров и круглых столов студент последовательно осваивает материалы дисциплины и изучает ответы на вопросы к экзамену, представленные в структурном элементе ОС ВО ДВФУ 38.03.06. Торговое дело. В ходе промежуточной аттестации студент выполняет контрольные мероприятия.

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

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;

е) цены могут стимулировать или сдерживать покупательский спрос.

3. При эластичном по цене спросе:

- а) спрос изменяется в меньшей степени, чем цена;
- б) спрос изменяется в большей степени, чем цена;
- в) спрос изменяется в том же направлении, что и цена;
- г) спрос остаётся постоянным;
- д) спрос не зависит от цены.

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

- а) оптовой рыночной;
- б) закупочной;
- в) розничной;
- г) оптовой ценой предприятия;
- д) оптовой отпускной ценой промышленности.

5. Торговая надбавка к оптовой рыночной цене устанавливается:

- а) оптовым предприятием;
- б) розничным предприятием;
- в) производителем;
- г) государством;
- д) 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:

- а) 32815,7 руб.;
- б) 24611,5 руб.;
- в) 26054,4 руб.;
- г) 29315,8 руб.;
- д) 28346,3 руб.

2. Стратегия “снятия сливок” целесообразна при:

- а) выводе на рынок нового продукта, удовлетворяющего потребности на более высоком уровне;
- б) высокой эластичности спроса;
- в) необходимости срочной распродажи товара;
- г) снижении спроса на товар;
- д) 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;

е) закупочной цены.

4. Рентабельность продаж определяется, как:

- а) отношение прибыли на единицу продукции к затратам на единицу продукции;
- б) отношение выручки к затратам на единицу продукции;
- в) отношение цены за единицу продукции к затратам на единицу продукции;
- г) отношение затрат на единицу продукции к прибыли на единицу продукции;
- д) отношение прибыли на единицу продукции к цене за единицу продукции.

5. При эластичном спросе снижение цены:

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

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 студента на экзамене по дисциплине

«Ценообразование» (промежуточная аттестация – экзамен)

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка зачета/ экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
85-100	<i>«отлично»</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он имеет высокий уровень знаний по дисциплине и владеет: методами и приёмами поиска достоверных, полных и актуальных данных, требуемых для расчёта цен на практике (ПК-7); способами расчёта, прогнозирования и планирования аналитических показателей, необходимых для предприятия в области ценообразования (затрат, валовой маржи, прибыли на единицу товара или услуги, доли на рынке, коэффициента эластичности спроса по цене, точки безубыточности и др.) (ПК-7); навыками разработки вариантов, выбора и реализации ценовых стратегий (ПК-7); способами обоснования и практического применения методов ценообразования (ПК-7); навыками обоснования, расчёта и применения ценовых скидок (ПК-7).
65-84	<i>«хорошо»</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он имеет продвинутый уровень знаний по дисциплине и умеет: рассчитывать различные виды цен на основе имеющихся данных (ПК-7); рассчитывать показатели, необходимые для обоснованного формирования цен (затраты на единицу товара или услуги, валовую маржу, долю фирмы на рынке, коэффициент эластичности спроса по цене и др.) (ПК-7); обосновывать ценовые скидки и рассчитывать их размеры (ПК-7); обоснованно выбирать и применять наилучшие ценовые стратегии (ПК-7); обоснованно выбирать и применять наилучшие методы ценообразования (ПК-7).
45-64	<i>«удовлетворительно»</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет пороговый уровень знаний по дисциплине, в частности, знает: понятие цены, сущность ценообразования и его роль в деятельности предприятия (ПК-7); виды цен, их особенности, условия применения и способы расчёта (ПК-7); факторы, влияющие на формирование рыночных цен (ПК-7); показатели, требуемые для обоснованного расчёта цены (спрос, объёмы продаж, затраты на единицу товара или услуги, коэффициент эластичности спроса по цене и др.) (ПК-7); виды ценовых стратегий и условия их применения (ПК-7); методы ценообразования и критерии их выбора (ПК-7); основные показатели, характеризующие деятельность предприятия в области ценообразования (цены в динамике, размеры и доли надбавок и скидок, валовую маржу и прибыль на единицу товара или услуги и др.) (ПК-7); ценовые скидки, их виды и обоснование (ПК-7).

1-44	<i>«неудовлетворительно»</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, у которого уровень сформированности компетенций отсутствует. Он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.
------	------------------------------	--

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.
60-50	<i>«неудовлетворительно»</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который допускает более 40% ошибок от всего массива правильных вариантов ответов..

У. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Герасименко, В. В. Ценообразование: Учебное пособие / В.В. Герасименко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 224 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=Znanium:Znanium-407056&theme=FEFU>
2. 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. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=Znanium:Znanium-404389&theme=FEFU>.
3. 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°, 2013. – 196 с. [Электронный

ресурс]. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=Znanium:Znanium-342026&theme=FEFU>.

Дополнительная литература

1. 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. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=Znanium:Znanium-509365&theme=FEFU>.

2. 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>.

Нормативно-правовые материалы

1. Гражданский кодекс РФ (часть первая) от 30.11.1994 г. (в ред. от 31.01.2016 г.). Электронный ресурс. Режим доступа - <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=193157>.

2. Налоговый кодекс РФ (часть вторая) от 05.08.2000 г. (в ред. от 03.07.2016 г., с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2016 г.). Электронный ресурс. Режим доступа - <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=201110>.

3. Налоговый кодекс РФ (часть первая) от 31.07.2000 г. (в ред. от 03.07.2016 г., с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2016 г.). Электронный ресурс. Режим доступа - <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=200844>.

4. Постановление Правительства РФ от 29.12.2011 г. № 1178 (в ред. от 17.05.2016 г.) «О ценообразовании в области регулируемых цен (тарифов) в электроэнергетике». Электронный ресурс. Режим доступа - <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=198459>.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

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

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

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

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

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

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

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

1. **SAP ERP** – платформа для поддержки компаний любого размера и отрасли <http://www.sap.com/pc/bp/erp.html>

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

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 заданной проблеме и выбранной теме курсовой работы;

- выполнении домашних заданий;
- изучении тем, вынесенных на самостоятельную проработку;
- изучении теоретического материала к семинарским занятиям;
- подготовке к экзамену.

2. Самостоятельная работа студентов состоит из подготовки к практическим занятиям, работы над рекомендованной литературой, написания докладов по теме семинарского занятия, решения задач.

Задачи для самостоятельного решения

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:

Авто- били	Параметры					
	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 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 VCед. на физический объём выпуска Q. Таким образом, имеет место уравнение $ТС = VC_{\text{ед.}} \cdot Q + FC$. 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 V 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 x будет выступать цена товара V . Корень этого уравнения и будет той ценой, которую следует установить на товар V .

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.

Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы

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

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 научной 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, 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. 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.

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.

Структура доклада:

- Титульный лист;

• Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически; На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования;

• Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание доклада и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы;

• Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Подытоживает доклад или еще раз вносит пояснения, подкрепляет смысл, и значение изложенного в основной части. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий элемент, как указание на применение (импликацию) исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

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 заголовки 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. Если Вы чувствуете себя хоть немного неуверенно перед аудиторией, или выступление очень ответственное, то напишите и выучите свою речь наизусть. Озвучивание одной страницы (формат А4, шрифт 14pt, полуторный интервал) занимает 2 минуты. Потренируйтесь выступать с вашей презентацией. Пусть кто-то послушает и скажет Ваши ошибки, впечатление о выступлении, что интересно, что непонятно, как Вы выглядели.

10. Следите за временем!

11. 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).

12. 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.

13. Люди лучше запоминают то, что увидели последним!

14. В серьёзных научных презентациях не следует использовать эффекты анимации и излишнее «украшательство».

15. 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.

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

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1	Раздел 1 (Февраль)	Подготовка к дискуссии, выбор темы доклада, подбор и изучение информационного материала для доклада	6 часов	Представление доклада и сценария к деловой игре, активность участия в дискуссии
2	Раздел 2 (Март)	Изучение текстов лекций и доп. литературы, подготовка доклада, решение задач, подготовка к контрольной работе	6 часов	Проверка наличия лекций, активность участия в дискуссии, проверка решения задач
3	Раздел 3 (Апрель)	Изучение текстов лекций, подготовка к дискуссии, решение задач, подготовка доклада	6 часов	Проверка наличия лекций, активность участия в дискуссии, проверка решения задач
4	Раздел 4 (Май)	Изучение текстов лекций и доп. литературы, подготовка доклада и презентации по теме доклада, подготовка к тестированию	6 часов	Проверка наличия лекций, активность участия в дискуссиях по теме семинаров, проверка
5	Раздел 5 (Июнь)	Изучение текстов лекций, основной и доп. литературы, решение задач, подготовка к тестированию	3 часа	Проверка наличия лекций, активность участия в дискуссии, проверка результатов тестирования
8	ИТОГО	-	27 часов	-

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы

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

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории, оснащенные мультимедийным проектором, с выходом в ИНТЕРНЕТ для проведения семинаров. Аудитории, оснащённые компьютерами, с установленным пакетом программ SAP.

