

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Экономики предприятия природопользования и учётных систем

Рабочая программа по дисциплине

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования программы бакалавриата по направлению подготовки

38.03.01 «Экономика»

Направленность (профиль):
Экономика и управление на предприятии

Квалификация:
Бакалавр

Форма обучения
Очная/заочная

Согласовано
Руководитель ОПОП
«Экономика и управление на
предприятии»

 Курочкина А.А.

Утверждаю
Председатель УМС  И.И. Палкин

Рекомендована решением
Учебно-методического совета
19 июня 2018 г., протокол № 4

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
14 февраля 2018 г., протокол № 8.

Зав. кафедрой  Курочкина А.А.

Автор-разработчик:
 Егорова Н.Ю.

Санкт-Петербург 2018

1. Цель дисциплины.

Целью освоения дисциплины «Ценообразование» является приобретение студентами теоретических знаний, умений и практических навыков в области ценообразования на предприятии, необходимых для успешной профессиональной деятельности бакалавра направления подготовки 38.03.01 «Экономика».

Основные задачи дисциплины:

- сформировать представление об основных понятиях, категориях и инструментах ценовой политики предприятия;
- сформировать представление об основах построения и образования затратных цен и пути перехода на их основе к ценностному ценообразованию;
- дать знания о типах ценовых стратегий и критериях их селекции для конкретных фирм.
- сформировать представление о влиянии конкуренции на принятие ценовых решений;
- обеспечить осуществление подготовки информационной базы, обеспечивающей принятие адекватных ценовых решений;
- обучить анализировать возможные варианты действий фирмы в условиях ценовой войны и выбирать наиболее пригодные для фирмы варианты таких действий.
- обучить навыкам применения современных методов ценообразования для максимизации прибыли фирмы;
- обучить методам экономического обоснования скидок с цен.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Ценообразование» относится к вариативной части дисциплин по направлению обучения 38.03.01 – Экономика, направленность Экономика и управление на предприятии. Является дисциплиной по выбору. Шифр дисциплины в рабочем учебном плане Б1.В.ДВ.05.01.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знания:

- в области прикладных методов информационных технологий и Интернет-ресурсов;
- объектов внешней среды предприятия;
- понятийно-терминологического аппарата, характеризующего основные понятия информационных технологий;
- знание теории компьютерных технологий в экономической науке и владение ими на практике.

Умения:

- анализировать и систематизировать статистическую информацию;
- выделять место предприятия в окружающей среде;
- оформлять, представлять, описывать, характеризовать данные, касающиеся деятельности предприятия, как объекта экономики и управления на языке терминов, формул, образов введенных и используемых в курсе;
- выбирать необходимые информационные ресурсы, в т.ч. Интернет-ресурсы, содержащие данные открытого доступа по финансово-экономическому состоянию предприятия;
- высказывать, формулировать, выдвигать гипотезы о причинах возникновения той или иной экономической ситуации, о тенденциях ее развития и последствиях;
- планировать свою деятельность по изучению курса и решению задач курса;
- выбирать способы, методы, приемы, законы, критерии для решения задач курса;
- контролировать, проверять, осуществлять самоконтроль до, в ходе и после выполнения работы.

Владение навыками:

- работать с компьютером как средством управления информацией;
- ставить цель и организовывать её достижение;

- использовать знания письменной и разговорной речи на иностранных языках для анализа внешнеэкономической среды предприятия;
- организовывать планирование, анализ, рефлексию, самооценку своей учебно-познавательной деятельности;
- классифицировать, систематизировать, дифференцировать факты, явления, методы, самостоятельно формулируя основания для классификации;
- ставить познавательные задачи и выдвигать гипотезы;
- описывать результаты, формулировать выводы;
- обобщать, интерпретировать полученные результаты по заданным или определенным критериям;
- отыскивать причины явлений, обозначать свое понимание или непонимание по отношению к изучаемой проблеме.

Дисциплина «Ценообразование» преподается в 5 семестре при дневной форме обучения. Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин «Микроэкономика», «Финансы», «Экономика и управление на предприятии», «Статистика».

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.01 «Ценообразование» служит основой для дисциплин: «Финансовый менеджмент» и «Экономика и организация малого бизнеса» на четвертом курсе, успешного прохождения преддипломной практики, написания и защиты выпускной квалификационной работы

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-4; ПК-3

Код компетенции	Компетенция
ОПК-4	способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовностью нести за них ответственность
ПК-3	способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми

В результате освоения дисциплин студент должен

Знать:

- Основные понятия, категории и инструменты ценовой политики предприятия;
- Основы построения и образования затратных цен и пути перехода на их основе к ценностному ценообразованию;
- Типы ценовых стратегий и критерии их селекции для конкретных фирм.

Уметь:

- идентифицировать релевантные издержки, являющиеся основой затратного ценообразования, и использовать эту информацию для обоснования цен;
 - рассчитывать минимально приемлемый норматив рентабельности для установления затратных цен и контроля за системой скидок;
 - анализировать влияние конкуренции на принятие ценовых решений;
 - осуществлять подготовку информационной базы, обеспечивающей принятие адекватных ценовых решений;
- анализировать возможные варианты действий фирмы в условиях ценовой войны и выбирать наиболее пригодные для фирмы варианты таких действий.

Владеть:

- понятийным аппаратом в области ценообразования;
- основными технологиями ценообразования (затратной и ценностной);
- навыками применения современных методов ценообразования для максимизации прибыли фирмы;
- методами экономического обоснования скидок с цен.

В результате освоения дисциплины «Ценообразование» обучающийся должен:

Код компетенции	Результаты обучения
ОПК-4	<u>Знать.</u> Понятийный аппарат дисциплины «ценообразование», место профессионала в современной социально-экономической системе, основные понятия, категории и инструменты ценовой политики предприятия; методы принятия организационно-

	<p>управленческие решения в профессиональной деятельности и готовностью нести за них ответственность</p> <p><u>Уметь.</u> идентифицировать релевантные издержки, являющиеся основой затратного ценообразования, и использовать эту информацию для обоснования цен; - рассчитывать минимально приемлемый норматив рентабельности для установления затратных цен и контроля за системой скидок; - анализировать влияние конкуренции на принятие ценовых решений</p> <p><u>Владеть.</u> - понятийным аппаратом в области ценообразования; - основными технологиями ценообразования (затратной и ценностной)</p>
ПК-3	<p><u>Знать:</u> – базовые особенности функционирования предприятия, как объекта рыночной экономики; - методы расчетов, необходимые для составления экономических разделов планов, их обоснование; - основные отличия критериев социально-экономической эффективности в заданной проблемной области оценки предлагаемых вариантов управленческих решений; – основные показатели деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом, особенности их классификации и расчета для прогноза основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом; - основные критерии социально-экономической эффективности.</p> <p><u>Уметь:</u> - выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами - применять теоретические знания в практике сбора и расчета показателей, характеризующих деятельность корпорации; - осуществлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом; – на основе типовых методик выполнить необходимые базовые технико-экономические расчеты; - анализировать внешнюю и внутреннюю среду предприятия</p> <p><u>Владеть:</u> – способностью выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами; - основными инструментальными средствами обработки экономических данных; - основными методами прогноза основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом; – основными теоретическими и экономическими моделями описания экономических процессов; – современными техническими средствами, используемыми для сбора социально-экономических, и организационно-нормативных данных</p>

Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания

Уровень освоения	Показатели	
	ОПК-4 способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовностью нести за них ответственность	ПК-3 способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами
<i>Минимальный</i>	<u>Знать:</u>	<u>Владеть:</u>

	<p>- <u>Понятийный аппарат дисциплины «ценообразование»</u> , место профессионала в современной социально-экономической системе, основные понятия, категории и инструменты ценовой политики предприятия; методы принятия организационно-управленческие решений в профессиональной деятельности</p> <p><u>Уметь:</u></p> <p>- выделять конкретную проблему, в которой необходимо разрабатывать варианты управленческих решений</p> <p>- руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p> <p><u>Владеть:</u></p> <p>- минимальными навыками использования основных экономических теорий для решения стратегических и оперативных управленческих задач;</p> <p>- понятийным аппаратом в области ценообразования;</p> <p>- основными технологиями ценообразования (затратной и ценностной)</p>	<p>- способностью руководить экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти</p> <p><u>Уметь:</u></p> <p>- выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами</p> <p>- применять теоретические знания в практике сбора и расчета показателей, характеризующих деятельность корпорации;</p> <p>- осуществлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом;</p> <p>- на основе типовых методик выполнить необходимые базовые технико-экономические расчеты;</p> <p>- анализировать внешнюю и внутреннюю среду предприятия</p> <p><u>Знать:</u></p> <p>- роль руководителя в системе управления экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти;</p>
<p><i>Базовый</i></p>	<p><u>Знать:</u></p> <p>- <u>Понятийный аппарат дисциплины «ценообразование»</u> , место профессионала в современной социально-экономической системе, основные понятия, категории и инструменты ценовой политики предприятия; методы принятия организационно-управленческие решений в профессиональной деятельности организационно-правовые формы предприятий, их структура методы анализа внешней и внутренней среды;</p> <p>- роль руководителя в системе управления экономическими службами и подразделениями на предприятиях организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти;</p> <p>- методы эффективной организации труда;</p> <p>- характеристики, признаки, свойства и функции экономических служб подразделений на предприятиях организациях различных форм собственности</p> <p><u>Уметь:</u></p> <p>- находить организационно-управленческие решения в</p>	<p><u>Владеть:</u></p> <p>- способностью выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами;</p> <p>- основными инструментальными средствами обработки экономических данных;</p> <p>- основными методами прогноза основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом;</p> <p>- основными теоретическими и экономическими моделями описания экономических процессов;</p> <p>- современными техническими средствами, используемыми для сбора социально-экономических, и организационно-нормативных данных</p> <p><u>Уметь:</u></p> <p>- выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами</p> <p>- применять теоретические знания в практике сбора и расчета показателей, характеризующих деятельность корпорации;</p> <p>- осуществлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в</p>

	<p>профессиональной деятельности и нести за них ответственность;</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия; - проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры; - действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; - разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности. - выделять конкретную проблему, в которой необходимо критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений для предприятия <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - основными методами принятия управленческих решений обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности - навыками анализа внешней и внутренней среды предприятия - способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовностью нести за них ответственность 	<p>целом;</p> <ul style="list-style-type: none"> - на основе типовых методик выполнить необходимые базовые технико-экономические расчеты; - анализировать внешнюю и внутреннюю среду предприятия <p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - базовые особенности функционирования предприятия, как объекта рыночной экономики; - методы расчетов, необходимые для составления экономических разделов планов, их обоснование; - основные отличия критериев социально-экономической эффективности в заданной проблемной области оценки предлагаемых вариантов управленческих решений; - основные показатели деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом, особенности их классификации и расчета для прогноза основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом; - основные критерии социально-экономической эффективности.
<p><i>Продвинутый</i></p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Понятийный аппарат дисциплины «ценообразование», место профессионала в современной социально-экономической системе, основные понятия, категории и инструменты ценовой политики предприятия; методы принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности - организационно-правовые формы предприятий, их структуру, методы анализа внешней и внутренней среды; - роль руководителя в системе управления экономическими службами и подразделениями на 	<p><u>Владеть:</u></p> <p>способностью выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами;</p> <ul style="list-style-type: none"> - основными инструментальными средствами обработки экономических данных; - основными методами прогноза основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом; - основными теоретическими и экономическими моделями описания экономических процессов; - современными техническими средствами, используемыми для сбора социально-экономических, и организационно-

<p>предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти;</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы эффективной организации труда; характеристики, признаки, свойства и функции экономических служб и подразделений на предприятиях и организациях различных форм собственности - методы эффективной организации труда профессионала - характеристики, признаки, свойства и функции личности в организации; социальные роли в группе; - методы управления рабочим временем; - характеристики, признаки, свойства и функции рабочих групп; - социально-демографические особенности и личностные качества работников. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; - проводить анализ внешних и внутренних условий функционирования современных организаций, - проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры; - осуществлять коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выделять конкретную проблему, в которой необходимо разрабатывать варианты управленческих решений - руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия - специальной терминологией дисциплины, - навыками использования 	<p>нормативных данных</p> <ul style="list-style-type: none"> - уменем проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры; - различными способами разрешения конфликтных ситуаций. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, - проводить анализ внешних и внутренних условий функционирования современных организаций, экономических служб и подразделений на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти - определять факторы, влияющие на формирование и развитие групп в организациях, в экономических службах и подразделениях на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти; - планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия; - проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры; - действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; <p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -особенности функционирования современного предприятия, как объекта рыночной экономики; - методы расчетов, необходимые для составления экономических разделов планов, их обоснование; - основные отличия критериев социально-экономической эффективности в заданной проблемной области оценки предлагаемых вариантов управленческих решений; - основные показатели деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом, особенности их классификации и расчета для прогноза основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом; - основные критерии социально-экономической эффективности. - место профессионала в современной социально-экономической системе; - роль руководителя в системе управления экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти; - методы эффективной организации
--	---

<p>основных теорий мотивации лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач,</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, - умением проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры; - различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде; 	<p>труда;</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы управления рабочим временем; - характеристики, признаки, свойства и функции экономических служб и подразделений на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти рабочих групп;
--	--

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

4.2. Содержание разделов дисциплины

Название раздела

Теоретические основы ценообразования.

Спрос и предложение как основа ценообразования. Ценовая эластичность. Понятие конъюнктуры рынка. Рынок товаров и услуг и его инфраструктура. Предложение. Себестоимость и ее виды. Издержки и их виды. Роль издержек в установлении цены. Спрос. Классификация спроса по формам образования. Дифференциация спроса по намерениям покупателей. Дифференциация спроса по состоянию рынка. Глобальный и региональный спрос. Удовлетворенный и неудовлетворенный спрос, уровень дефицитности. Особые виды спроса. Рыночное равновесие. График безубыточности. Понятие ценовой эластичности. Прямая эластичность спроса по цене. Перекрестная эластичность спроса по цене. Эластичность спроса по доходу и ее влияние на ценообразование. Понятие, функции и классификация цен. Скидки и надбавки. Двойная роль цены на рынке. Функции цены на рынке. Классификация цен по сферам товарного обслуживания. Классификация цен по способу отражения

транспортных расходов. Классификация цен по формам продаж. Аукцион и его виды. Классификация цен по стадиям продаж. Классификация цен по степени регулирования. Классификация цен по степени устойчивости во времени. Базовые цены. Трансфертные цены. Мировые цены. Скидки с цены товара. Надбавки (наценки) на цены. Стратегия и тактика ценообразования. Методы ценообразования. Структура цены. Нижняя и верхняя граница цены товара. Алгоритм определения исходных цен на товары. Ценовая политика фирмы, ее цели и способы реализации. Расчет цены по методу: «средние издержки плюс прибыль» (метод надбавок); его достоинства и недостатки. Расчет цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли (метод дохода на капитал). Расчет цены на основе максимизации прибыли. Установление цены на основе потребительской оценки. Установление цены на основе уровня текущих цен (метод следования за лидером конкуренции). Установление цены на основе закрытых торгов (ценообразование на конкурсные объекты). Дополнительные соображения при установлении цены (психология ценовосприятия; политика цен фирмы; влияние цены на других участников рыночной деятельности; государственные ограничения).

Государственное регулирование ценообразования.

Государственная ценовая политика и ее место в государственном регулировании. Статистика цен. Регулирование экономики и его формы. Цель и задачи государственного регулирования. Государственная ценовая политика и ее правовые основы. Статистика цен: Средняя, модальная и медианная цена. Индекс цен Ласпейреса. Индекс цен Пааше. Инфляция, ее формы и последствия. Структуры рынка и методы их количественной оценки. Влияние структуры рынка на ценообразование. Проблема анализа рыночных структур. Границы рынка товара. Чистая монополия. Доминирующая фирма. Тесная олигополия. Эффективная конкуренция. Пороговая доля рынка. Индекс концентрации. Индекс Херфиндаля-Хиршмана. Индекс Линда. Прямое и косвенное регулирование цен государством. Антимонопольная политика.

Контроль за дисциплиной цен. Государственные органы регулирования цен. Государственное регулирование цен: прямое регулирование цен; косвенное регулирование цен; контроль за соблюдением порядка применения цен. Антимонопольная политика государства и ее связь с государственной ценовой политикой.

Практика ценообразования на предприятии.

Ценообразование на подлинную новинку и на товар-имитатор. Особенности установления цены на подлинную новинку: стратегия снятия сливок; стратегия прочного внедрения на рынок (суть, условия применения, фирмы-сторонники). Особенности установления цены на новый товар-имитатор: стратегия премиальных наценок; стратегия глубокого проникновения на рынок; стратегия повышенной ценностной значимости; стратегия завышенной цены; стратегия среднего уровня; стратегия доброкачественности; стратегия ограбления; стратегия показного блеска; стратегия низкой ценностной значимости. Особенности ценообразования в рамках товарной номенклатуры: установление цен в рамках товарного ассортимента (ступенчатое дифференцирование цен, использование уровневых ориентиров); установление цен на дополняющие товары; установление цен на обязательные принадлежности; установление цен на побочные продукты производства. Дифференциация цен по географическому признаку. Значение географической модификации цен. Стратегия отпускной цены по месту изготовления. Стратегия единой цены. Стратегия зональных цен. Стратегия фрахтового базиса. Стратегия оплаты фрахтовых издержек за счет фирмы-производителя. Система франкирования. Инкотермс. Цена «ex works». Цена FOR. Цена FOR fool load. Цена «Delivered at frontier». Цена FAS. Цена FOB. Цена CAF. Цена CIF. Цена «ex quay». Цена «delivered duty paid». Цена FREE CARRIER (named place). Реакция на изменение цен конкурентами. Ценовые войны. Алгоритм реакции фирмы на изменение цен конкурентами. Активная и пассивная ценовая политика фирмы. Реакция конкурентов на инициативное снижение цен фирмой. Варианты ценовой политики фирмы в

условиях кризиса. Завуалированные формы повышения цен. Ценовая дискриминация и ее виды.

4.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий	Форма проведения	Формируемые компетенции
1,2	Теоретические основы ценообразования	Спрос и предложение как основа ценообразования. Ценовая эластичность.	Опрос, решение разноуровневых задач	ОПК-4; ПК-3
3,4		Понятие, функции и классификация цен. Скидки и надбавки.	Опрос, решение разноуровневых задач	ОПК-4; ПК-3
5,6		Стратегия и тактика ценообразования. Методы ценообразования	Тестирование Решение разноуровневых задач	ОПК-4; ПК-3
7,8	Государственное регулирование ценообразования	Государственная ценовая политика и ее место в государственном регулировании. Статистика цен.	Опрос, диспут	ОПК-4; ПК-3
9,10		Структуры рынка и методы их количественной оценки.	Опрос, решение разноуровневых задач	ОПК-4; ПК-3
11,12		Прямое и косвенное регулирование цен государством. Антимонопольная политика. Контроль за дисциплиной цен.	Тестирование Защита рефератов	ОПК-4; ПК-3
13,14	Практика ценообразования на предприятии	Ценообразование на подлинную новинку и на товар-имитатор.	Защита рефератов, опрос	ОПК-4; ПК-3
15,16		Дифференциация цен по географическому признаку.	Защита рефератов, опрос	ОПК-4; ПК-3
17,18		Реакция на изменение цен конкурентами. Ценовые войны.	Защита рефератов, тестирование	ОПК-4; ПК-3
	Итого	28 часов ауд. при очной форме обучения, 8 часов при заочной форме обучения		

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов и оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

5.1. Текущий контроль

Текущий контроль успеваемости по дисциплине «Ценообразование»

проводится в форме контрольных мероприятий: оценки качества рефератов, оценка качества докладов, проверки результатов тестирования, проверки качества решения разноуровневых задач и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают: учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

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

Активность бакалавра на занятиях оценивается на основе выполненных им работ и заданий, предусмотренных данной рабочей программой дисциплины.

а) Образцы тестовых заданий текущего контроля

Теоретические основы ценообразования.

Спрос и предложение как основа ценообразования. Ценовая эластичность.

Тест 1.1

1. Закон спроса выражает

А. обратно пропорциональную зависимость спроса на товар от его рыночной цены

Б. прямо пропорциональную зависимость спроса на товар от его рыночной цены

В. обратно пропорциональную зависимость рыночной цены товара от спроса на него

Г. прямо пропорциональную зависимость рыночной цены товара от спроса на него

Понятие, функции и классификация цен. Скидки и надбавки.

Тест 2.1

3. Конфиденциальной информацией обычно является информация о :

А. аукционных ценах

Б. ценах ярмарок и выставок

В. трансфертных ценах

Г. биржевых котировках

Стратегия и тактика ценообразования. Методы ценообразования.

Тест 3.1

Функция спроса на товар:

$$Q_d = 80 - 0.2 P$$

Цена, максимизирующая выручку, равна:

- А. 160
- Б. 200
- В. 400
- Г. 40

Государственное регулирование ценообразования.

Государственная ценовая политика и ее место в государственном регулировании. Статистика цен.

Тест 4.1

Позицию, согласно которой рыночный механизм с целью обеспечения стабильности необходимо дополнять мерами государственного воздействия, детально разработал и обосновал:

- А. Адам Смит
- Б. Карл Маркс
- В. Джон Мейнард Кейнс
- Г. Гэри Беккер

Структуры рынка и методы их количественной оценки.

Тест 5.1

Самым сложным при анализе структуры рынка является:

- А. Определение границ рынка в пространстве товаров
- Б. Выбор адекватного индекса
- В. Сбор необходимой информации
- Г. Ни к одному из перечисленных пунктов

Прямое и косвенное регулирование цен государством. Антимонопольная политика. Контроль за дисциплиной цен.

Тест 6.1

Политика государства в области инвестиций, субсидий, льгот, гос. заказов, экономических и социальных программ относится к:

- А. Прямому государственному регулированию цен
- Б. Косвенному государственному регулированию цен
- В. Государственному контролю за соблюдением порядка применения цен

Г. Ни к одному из перечисленных пунктов

Практика ценообразования на предприятии.

Ценообразование на подлинную новинку и на товар-имитатор.

Тест 7.1

Стратегия доброкачественности предполагает:

- А. Среднее качество товара и низкую цену
- Б. Высокое качество товара и низкую цену
- В. Высокое качество товара и среднюю цену
- Г. Нет правильного варианта

Дифференциация цен по географическому признаку.

Тест 8.1

Цена, включающая страховку товара от риска гибели или порчи при перевозке, называется:

- А. FAS
- Б. FOR
- В. FOB
- Г. CIF

Реакция на изменение цен конкурентами. Ценовые войны.

Тест 9.1

Перед фирмой, занимающейся инициативным демпингом, встает следующая проблема:

- А. Покупатели могут подумать, что у дешевых товаров ниже не только цена, но и качество
- Б. Если конкурент снизит цены еще сильнее, то вновь приобретенные потребители уйдут к нему
- В. Может оказаться, что конкурент обладает более значительными финансовыми резервами и выиграет в конкурентной борьбе
- Г. Все перечисленные проблемы

Критерии выставления оценки:

- оценка «зачтено»: 55% правильных ответов на тестовые задания;

- оценка «не зачтено»: менее 55% правильных ответов на тестовые задания.

Тест проводится с ограничением времени на весь тест, время тестирования 45 мин. Таймер студенту выставлять.

Разрешается вернуться к предыдущему вопросу для исправления.

Студенту разрешается проводить тест одновременно 2 раза (фиксируется последний результат).

В последующие дни тестирование можно проводить по той же схеме, пока студент не получит положительную оценку.

б) Примерная тематика докладов

1. Цены и конъюнктура на рынке жилья Санкт-Петербурга.
2. Цены и конъюнктура на рынке медицинских услуг в Санкт-Петербурге.
3. Цены и конъюнктура на рынке образовательных услуг в Санкт-Петербурге.
4. Цены и конъюнктура на рынке юридических услуг в Санкт-Петербурге.
5. Цены и конъюнктура на рынке ритуальных услуг в Санкт-Петербурге.

Критерии оценки:

Оценка 5 «отлично» ставится, если выполнены все требования к докладу: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём времени доклада, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка 4 «хорошо» ставится, если основные требования к докладу выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём времени доклада; на дополнительные вопросы даны неполные ответы.

Оценка 3 «удовлетворительно» ставится, если имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует вывод.

Оценка 2 «неудовлетворительно» ставится, если – тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание

в) Примерная тематика рефератов

1. Развитие категории «цена» в экономической мысли.
2. Аукционный метод ценообразования.
3. Тендерный метод ценообразования.
4. Ценообразование на транспорте.
5. Ценообразование в сельском хозяйстве.
6. Ценообразование в добывающей промышленности.
7. Ценообразование в гидрометеорологии.
8. Ценообразование в оборонной промышленности и ВПК.
9. Ценообразование в машиностроении.
10. Ценообразование в строительстве.

- 11.Ценообразование в ресторанном бизнесе.
- 12.Ценообразование в гостиничном бизнесе.
- 13.Ценообразование в экскурсионном бизнесе.
- 14.Государственное регулирование цен в Российской Федерации.
- 15.Ценообразование на предприятиях пищевой промышленности.
- 16.Ценообразование на НИОКР.
- 17.Психологический фактор ценообразования и реакции участников рынка на изменение цен.
- 18.Ценообразование на услуги связи.
- 19.Региональные особенности ценообразования на примере...
20. Цены на финансовые услуги

Реферат должен быть распечатан на принтере, сшит скоросшивателем и сдан преподавателю на проверку не позднее, чем за 10 календарных дней до даты зачета. Студенты, выступившие с рефератом на семинарских занятиях по согласованию с преподавателем могут принести его непосредственно на экзамен.

Студенты, не написавшие и не защитившие реферат к экзамену не допускаются.

Общие требования к реферату: объем 15-20 страниц 14-м шрифтом Times New Roman, соответствие теме, стандартная структура (титальный лист, содержание, Введение, две-три главы, Заключение, Список использованной литературы, включающий не менее трех и не более семи источников; не менее двух источников должны быть изданы не более трех лет назад; Наличие расчетов по тематике реферата.

Критерии оценивания реферата:

качество содержания работы (достижение сформулированной цели и решение задач исследования, полнота раскрытия темы, системность подхода, отражение знаний литературы и различных точек зрения по теме,

нормативно-правовых актов, аргументированное обоснование выводов и предложений);

соблюдение графика выполнения реферата;

соблюдение заданного объема работы;

соответствие содержания выбранной теме;

наличие хорошо структурированного плана, раскрывающего содержание темы реферата;

соответствие содержания глав и параграфов их названию;

логика, грамотность и стиль изложения;

наличие практических рекомендаций;

внешний вид работы и ее оформление, аккуратность;

наличие сносок и правильность цитирования;

качество оформления рисунков, схем, таблиц;

правильность оформления списка использованной литературы, ее достаточность и новизна;

ответы на вопросы при публичной защите реферата.

г) Примерные разноуровневые задачи (задания)

1. Задача репродуктивного уровня

В сентябре предприятие изготовило 2300 единиц продукции. Переменные затраты составили 977500 руб., постоянные—282 900 руб. Вся выпущенная продукция была продана в этом же месяце по цене 660 руб. за одну штуку.

Рассчитайте полную себестоимость одной единицы продукции.

2. Задача реконструктивного уровня

Имеются следующие данные:

Показатели	значение
1. План по производству и реализации изделия А, шт.	32000

2. Оптовая цена изделия А, руб.	250
3. Переменные затраты в себестоимости изделия А. руб.	162,5
4. Сумма постоянных затрат предприятия на планируемый год, руб.	200

Требуется:

а) определить критический (безубыточный) объём продаж изделия А в натуральном выражении, шт.;

б) рассчитать критический объём продаж изделия А в стоимостном выражении, руб.;

в) определить сумму прибыли в отчётном году от продажи изделия А.

3 Задания творческого уровня

Задание 3.1

Исходная цена на товар предприятия 100 руб.

Издержки производства составляют —80 руб.

Планируемый объём продаж —1 млн. шт.

С целью увеличения доли рынка руководство предприятия решает снизить цену на 6 руб. Показатель эластичности спроса по цене для данной группы товаров составляет -1,5.

Рассмотреть последствия такого снижения цены если известно, что соотношение между постоянными и переменными издержками по данной группе товаров составляет 20 : 80.

Задание 3.2

Вам предложено организовать лотерею на следующих условиях:

возможны три исхода – отсутствие выигрыша (вероятность 74%), выигрыш в 20 тысяч рублей, выигрыш в 1 млн.руб. (вероятность 1 %).

Расходы на печать и распространение лотерейных билетов – 8 млн.руб.

Тираж лотереи – 1 тысяча билетов.

Какой должна быть цена билета, чтобы лотерея была безубыточной ?

Что надо изменить в условиях лотереи?

Критерии выставления оценки:

Оценка 5 «отлично» ставится, если бакалавр:

- демонстрирует глубокие знания теории при пояснении процесса решения;
- исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно выполнил расчет;
- свободно иллюстрирует практическое наполнение решаемой задачи;
- грамотно формулирует выводы на основе решения задачи;
- самостоятельно обобщает и излагает материал, не допуская ошибок;
- свободно оперирует основными понятиями и единицами измерения по проблематике излагаемого материала.

Оценка 4 «хорошо» ставится, если бакалавр:

- демонстрирует достаточные знания теоретического материала;
- грамотно и по существу осуществил расчет;
- правильно применил теоретические положения при решении задачи;
- самостоятельно обобщил результаты, не допуская существенных ошибок.

Оценка 3 «удовлетворительно» ставится, если бакалавр:

- излагает основной теоретический материал, но не знает отдельных деталей;
- допускает неточности при решении задачи, некорректные единицы измерения, нарушил последовательность расчета;
- испытывает трудности при формулировке выводов.

Оценка 2 «неудовлетворительно» ставится, если бакалавр:

- не знает значительной части теоретического материала;
- допускает грубые ошибки при решении задачи;
- с большими затруднениями решает задачу на основе предлагаемых формул.

г) Примерные темы курсовых работ

КУРСОВЫЕ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ НЕ ПРЕДУСМОТРЕНЫ

5.2. Методические указания по организации самостоятельной работы

Предусмотрены следующие виды самостоятельных работ: подготовка к

докладу, написание и подготовка к защите реферата, подготовка к тестированию.

а) Примерная тематика докладов

1. Цены и конъюнктура на рынке жилья Санкт-Петербурга.
2. Цены и конъюнктура на рынке медицинских услуг в Санкт-Петербурге.
3. Цены и конъюнктура на рынке образовательных услуг в Санкт-Петербурге.
4. Цены и конъюнктура на рынке юридических услуг в Санкт-Петербурге.
5. Цены и конъюнктура на рынке ритуальных услуг в Санкт-Петербурге.

б) Примерные темы рефератов

1. Развитие категории «цена» в экономической мысли.
2. Аукционный метод ценообразования.
3. Тендерный метод ценообразования.
4. Ценообразование на транспорте.
5. Ценообразование в сельском хозяйстве.
6. Ценообразование в добывающей промышленности.
7. Ценообразование в гидрометеорологии.
8. Ценообразование в оборонной промышленности и ВПК.
9. Ценообразование в машиностроении.
10. Ценообразование в строительстве.
11. Ценообразование в ресторанном бизнесе.
12. Ценообразование в гостиничном бизнесе.
13. Ценообразование в экскурсионном бизнесе.
14. Государственное регулирование цен в Российской Федерации.
15. Ценообразование на предприятиях пищевой промышленности.
16. Ценообразование на НИОКР.
17. Психологический фактор ценообразования и реакции участников рынка на изменение цен.
18. Ценообразование на услуги связи.
19. Региональные особенности ценообразования на примере...

20. Цены на финансовые услуги

Реферат должен быть распечатан на принтере, сшит скоросшивателем и сдан преподавателю на проверку не позднее, чем за 10 календарных дней до даты зачета. Студенты, выступившие с рефератом на семинарских занятиях по согласованию с преподавателем могут принести его непосредственно на экзамен.

Студенты, не написавшие и не защитившие реферат к экзамену не допускаются.

Общие требования к реферату: объем 15-20 страниц 14-м шрифтом Times New Roman, соответствие теме, стандартная структура (титальный лист, содержание, Введение, две-три главы, Заключение, Список использованной литературы, включающий не менее трех и не более семи источников; не менее двух источников должны быть изданы не более трех лет назад; Наличие расчетов по тематике реферата.

Критерии оценивания реферата:

качество содержания работы (достижение сформулированной цели и решение задач исследования, полнота раскрытия темы, системность подхода, отражение знаний литературы и различных точек зрения по теме, нормативно-правовых актов, аргументированное обоснование выводов и предложений);

соблюдение графика выполнения реферата;

соблюдение заданного объема работы;

соответствие содержания выбранной теме;

наличие хорошо структурированного плана, раскрывающего содержание темы реферата;

соответствие содержания глав и параграфов их названию;

логика, грамотность и стиль изложения;

наличие практических рекомендаций;

внешний вид работы и ее оформление, аккуратность;
наличие сносок и правильность цитирования;
качество оформления рисунков, схем, таблиц;
правильность оформления списка использованной литературы, ее
достаточность и новизна;
ответы на вопросы при публичной защите реферата.

в) Вопросы для подготовки к тестированию

РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы ценообразования.

Тема 1. Спрос и предложение как основа ценообразования. Ценовая эластичность.

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Объясните понятие конъюнктуры рынка.

Охарактеризуйте инфраструктуру рынка товаров и услуг.

Дайте определение себестоимости.

Приведите классификацию издержек.

Сравните понятия «глобальный» и «региональный спрос».

Дайте определение рыночному равновесию.

Проанализируйте основные составляющие графика безубыточности.

Объясните понятие ценовой эластичности.

Сравните прямую и перекрестную эластичность спроса по цене.

Тема 2. Понятие, функции и классификация цен. Скидки и надбавки.

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Охарактеризуйте роль цены на рынке.

Какие функции цены на рынке Вы знаете.

Классифицируйте цены по сферам товарного обслуживания.

Охарактеризуйте степень устойчивости цен во времени.

Дайте определение трансфертных цен.

Перечислите известные Вам скидки с цены товара.

Дайте определение понятия аукцион.

Тема 3. Стратегия и тактика ценообразования. Методы ценообразования.

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Перечислите основные элементы структуры цены.

Назовите нижнюю и верхнюю границы цены товара.

Опишите алгоритм определения исходных цен на товары.

Что такое «ценовая политика фирмы»?

Сформулируйте достоинства и недостатки расчета цены по методу: «средние издержки плюс прибыль» (метод надбавок).

Дайте определение «метода дохода на капитал»

Охарактеризуйте установление цены на основе закрытых торгов.

РАЗДЕЛ 2. Государственное регулирование ценообразования.

Тема 4. Государственная ценовая политика и ее место в государственном регулировании. Статистика цен.

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Перечислите формы регулирования экономики.

Охарактеризуйте цели и задачи государственного регулирования.

Назовите правовые основы государственной ценовой политики.

Найдите общие и различные черты средней, модальной и медианной цены.

Поясните составляющие индексов цен Ласпейреса и Пааше.

Дайте определение инфляции.

Какие формы и последствия инфляции Вы знаете.

Тема 5. Структуры рынка и методы их количественной оценки.

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Охарактеризуйте влияние структуры рынка на ценообразование.

Перечислите проблемы анализа рыночных структур.

Дайте определение границ рынка товаров.

Что такое доминирующая фирма?

Сравните тесную олигополию и эффективную конкуренцию.

Охарактеризуйте понятие «пороговая доля рынка».

Каково максимальное значение индекса Херфиндаля-Хиршмана?

Сформулируйте основные различия применения методов количественной оценки рынка в России и за рубежом.

Тема 6. Прямое и косвенное регулирование цен государством. Антимонопольная политика. Контроль за дисциплиной цен.

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Назовите государственные органы регулирования цен.

Дайте определение дисциплины цен.

Сформулируйте основные различия прямого и косвенного государственного регулирования цен.

Перечислите основные составляющие контроля за соблюдением порядка применения цен.

Что такое антимонопольная политика государства?

Систематизируйте плюсы и минусы государственной антимонопольной политики.

Раздел 3. Практика ценообразования на предприятии.

Тема 7. Ценообразование на подлинную новинку и на товар-имитатор.

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Перечислите особенности установления цены на подлинную новинку.

Что такое новый товар-имитатор?

Охарактеризуйте стратегию глубокого проникновения на рынок

Чем стратегия «завышенной цены» отличается от стратегии «ограбления»?

Назовите особенности ценообразования в рамках товарной

номенклатуры

Дайте определение ступенчатому дифференцированию цен.

Найдите различия между установление цен на дополняющие товары и установление цен на обязательные принадлежности

Тема 8. Дифференциация цен по географическому признаку.

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Охарактеризуйте понятие географической модификации цен.

Перечислите основные стратегии дифференциации цен по географическому признаку.

Назовите основные достоинства и недостатки стратегии отпускной цены по месту изготовления.

В чем плюсы применения стратегии единой цены.

Охарактеризуйте стратегию зональных цен и ее минусы.

Дайте определение понятию «система франкирования».

Вспомните, сколько редакций Инкотермс всего было.

Назовите элемент, на который цена CIF отличается от цены CAF.

Подумайте, для каких фирм наиболее актуальна дифференциация цен по географическому признаку.

Тема 9. Реакция на изменение цен конкурентами. Ценовые войны.

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Опишите алгоритм реакции фирмы на изменение цен конкурентами.

Дайте определение активной и пассивной ценовая политика фирмы.

Перечислите скрытые опасности инициативного снижения цен фирмой.

Охарактеризуйте варианты ценовой политики фирмы в условиях кризиса.

Какие завуалированные формы повышения цен Вы знаете.

Что такое совершенная ценовая дискриминация?

Примерный вариант тестов

Теоретические основы ценообразования.

Спрос и предложение как основа ценообразования. Ценовая эластичность.

Тест 1.1

1. Закон спроса выражает

А. обратно пропорциональную зависимость спроса на товар от его рыночной цены

Б. прямо пропорциональную зависимость спроса на товар от его рыночной цены

В. обратно пропорциональную зависимость рыночной цены товара от спроса на него

Г. прямо пропорциональную зависимость рыночной цены товара от спроса на него

Понятие, функции и классификация цен. Скидки и надбавки.

Тест 2.1

3. Конфиденциальной информацией обычно является информация о :

А. аукционных ценах

Б. ценах ярмарок и выставок

В. трансфертных ценах

Г. биржевых котировках

Стратегия и тактика ценообразования. Методы ценообразования.

Тест 3.1

Функция спроса на товар:

$$Q_d = 80 - 0.2 P$$

Цена, максимизирующая выручку, равна:

А. 160

Б. 200

В. 400

Г. 40

Государственное регулирование ценообразования.

Государственная ценовая политика и ее место в государственном регулировании. Статистика цен.

Тест 4.1

Позицию, согласно которой рыночный механизм с целью обеспечения стабильности необходимо дополнять мерами государственного воздействия, детально разработал и обосновал:

- А. Адам Смит
- Б. Карл Маркс
- В. Джон Мейнард Кейнс
- Г. Гэри Беккер

Структуры рынка и методы их количественной оценки.

Тест 5.1

Самым сложным при анализе структуры рынка является:

- А. Определение границ рынка в пространстве товаров
- Б. Выбор адекватного индекса
- В. Сбор необходимой информации
- Г. Ни к одному из перечисленных пунктов

Прямое и косвенное регулирование цен государством. Антимонопольная политика. Контроль за дисциплиной цен.

Тест 6.1

Политика государства в области инвестиций, субсидий, льгот, гос. заказов, экономических и социальных программ относится к:

- А. Прямому государственному регулированию цен
- Б. Косвенному государственному регулированию цен
- В. Государственному контролю за соблюдением порядка применения цен
- Г. Ни к одному из перечисленных пунктов

Практика ценообразования на предприятии.

Ценообразование на подлинную новинку и на товар-имитатор.

Тест 7.1

Стратегия доброкачественности предполагает:

- А. Среднее качество товара и низкую цену
- Б. Высокое качество товара и низкую цену
- В. Высокое качество товара и среднюю цену
- Г. Нет правильного варианта

Дифференциация цен по географическому признаку.

Тест 8.1

Цена, включающая страховку товара от риска гибели или порчи при перевозке, называется:

- А. FAS
- Б. FOR
- В. FOB
- Г. CIF

Реакция на изменение цен конкурентами. Ценовые войны.

Тест 9.1

Перед фирмой, занимающейся инициативным демпингом, встает следующая проблема:

- А. Покупатели могут подумать, что у дешевых товаров ниже не только цена, но и качество
- Б. Если конкурент снизит цены еще сильнее, то вновь приобретенные потребители уйдут к нему
- В. Может оказаться, что конкурент обладает более значительными финансовыми резервами и выиграет в конкурентной борьбе
- Г. Все перечисленные проблемы

5.3. Промежуточный контроль: экзамен

Перечень вопросов к экзамену

1. Методы расчета цены.
2. Метод полных издержек как метод ценообразования, ориентированный на затраты.
3. Метод предельных издержек как метод ценообразования, ориентированный на затраты.
4. Метод дохода с оборота как метод ценообразования, ориентированный на затраты.
5. Метод рентабельности инвестиций как метод ценообразования, ориентированный на затраты.
6. Метод анализа безубыточности и определения целевой прибыли как метод ценообразования, ориентированный на затраты.
7. Метод потребительской оценки как метод ценообразования, ориентированный на спрос.
8. Метод сравнения удельных показателей как один из параметрических методов ценообразования.
9. Метод балльных параметрических оценок как один из параметрических методов ценообразования.
10. Метод корреляционно-регрессионного анализа как один из параметрических методов ценообразования.
11. Агрегатный метод как один из параметрических методов ценообразования.
12. Метод текущих цен как один из методов ценообразования, ориентированных на конкурентное окружение.
13. Тендерный метод как один из методов ценообразования, ориентированных на конкурентное окружение.
14. Метод следования за лидером конкуренции как один из методов ценообразования, ориентированных на конкурентное окружение.
15. Этапы ценообразования.

16. Виды скидок с цены и наценок на нее.
17. Ценообразование в рамках товарной номенклатуры.
18. Установление цены на подлинную новинку.
19. установление цены на новый товар-имитатор.
20. Алгоритм принятия решения при изменении цены конкурентом.
21. Варианты ценовой политики фирмы в условиях кризиса.
22. Завуалированные формы повышения цен.
23. демпинг как способ конкурентной борьбы и проблемы, им порождаемые.
24. Характеристика и особенности цен и ценообразования на рынке свободной конкуренции.
25. Характеристика и особенности цен и ценообразования при монополистической конкуренции.
26. Характеристика и особенности цен и ценообразования на олигополистическом рынке.
27. Характеристика и особенности цен и ценообразования на монопольном рынке.
28. Роль и значение цены в рыночной экономике.
29. Функции цены.
30. Классификация цен по сферам товарного обслуживания.
31. классификация цен по степени устойчивости во времени.
32. Классификация цен по формам продаж.
33. Классификация цен по степени регулирования и стадиям продаж.
34. Базовые цены и их виды.
35. Модификация цен по географическому принципу.
36. Отпускная цена по месту изготовления как стратегия ценообразования.
37. Единая цена как стратегия ценообразования.
38. Зональные цены как стратегия ценообразования.
39. Стратегия фрахтового базиса в ценообразовании.

40. Оплата фрахтовых издержек за счет фирмы-изготовителя как стратегия ценообразования.
41. Максимизация текущей прибыли как цель ценовой политики.
42. Максимизация общей выручки как цель ценовой политики.
43. Максимизация сбыта как цель ценовой политики.
44. Обеспечение выживаемости фирмы как цель ценовой политики.
45. Лидерство в отрасли и снятие сливок как цели ценовой политики.
46. Рыночная конъюнктура: понятие и влияние на ценообразование.
47. Прямая эластичность спроса по цене.
48. Перекрестная эластичность спроса по цене.
49. Эластичность спроса по доходу.
50. Пороговая доля как количественная оценка структуры рынка.
51. Индекс концентрации как количественная оценка структуры рынка.
52. Индекс Херфиндаля-Хиршмана как количественная оценка структуры рынка.
53. Индекс Ласпейреса как количественная оценка структуры рынка.
54. Методы прямого государственного регулирования цен.
55. Методы косвенного государственного регулирования цен.
56. Государственная дисциплина цен и виды ее нарушений.
57. Органы ценообразования и контроля за ценами в РФ.
58. Направления регулирования цен в РФ.
59. Взаимодействие цен и налогов.
60. Акцизы и их виды.
61. Налог на добавленную стоимость.
62. Себестоимость продукции и ее роль в формировании цены.
63. Прибыль, ее виды и роль в ценообразовании.
64. Таможенные пошлины.
65. Тарифы как специфический вид цен.
66. Индексы цен: цепные и базисные.
67. Индекс цен Ласпейреса.

68. Индекс цен Пааше.
69. Ценовые риски и страхование цен.

**Образцы экзаменационных билетов по дисциплине
«Ценообразование»**

РГГМУ

Кафедра экономики предприятия природопользования и учетных систем

Дисциплина Ценообразование

Экзаменационный билет № 1

1. Методы расчета цены.
2. Характеристика и особенности цен и ценообразования на рынке свободной конкуренции.
3. Прямая эластичность спроса по цене.

Заведующий кафедрой ЭППиУС _____ А.А. Курочкина

РГГМУ

Кафедра экономики предприятия природопользования и учетных систем

Дисциплина Ценообразование

Экзаменационный билет № 23

1. Демпинг как способ конкурентной борьбы и проблемы, им порождаемые.
2. Рыночная конъюнктура: понятие и влияние на ценообразование.
3. Ценовые риски и страхование цен.

Заведующий кафедрой ЭППиУС _____ А.А. Курочкина

Критерии выставления экзаменационной оценки:

Оценка **5 «отлично»** ставится, если бакалавр:

- демонстрирует глубокие знания программного материала;
- исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно излагает программный материал, не затрудняясь с ответом при видоизменении вопроса;
- самостоятельно обобщает материал, не допуская ошибок;
- свободно оперирует основными теоретическими положениями по проблематике излагаемого материала.

Оценка **4 «хорошо»** ставится, если бакалавр:

- демонстрирует достаточные знания программного материала;
- грамотно и по существу излагает программный материал, не допускает существенных неточностей при ответе на вопрос;
- самостоятельно обобщает материал, не допуская существенных ошибок.

Оценка **3 «удовлетворительно»** ставится, если бакалавр:

- излагает основной программный материал, но не знает отдельных деталей;
- допускает неточности, некорректные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала;
- испытывает трудности при ответе на дополнительные вопросы.

Оценка **2 «неудовлетворительно»** ставится, если бакалавр:

- не знает значительной части программного материала;
- допускает грубые ошибки при изложении программного материала;
- не может ответить на дополнительные наводящие вопросы.

Положительная оценка, полученная студентом, вносится в его зачетную книжку.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература (приводится по электронной библиотеке ЭБС «Znanium» (<http://znanium.com/>)):

1. Гладких, И. В. Ценовая стратегия компании: ориентация на потребителя [Электронный ресурс] : монография / И. В. Гладких; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2013. — 472 с. - ISBN 978-5-9924-0076-2 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/492847>

2. 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, 2010. - 144 с.: 60x88 1/16. (о) ISBN 978-5-9776-0165-8 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/208289>

3. Управление ценами: Учебник / Карпов С.В., Русин В.Н., Рожков И.В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 236 с.: 60x90 1/16. - (Прикладной бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-9558-0432-3 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/503947>

б) дополнительная литература:

4. Ценообразование: Учебник / Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю., Чайкина И.И., - 3-е изд., перераб. - М.: Дашков и К, 2017. - 248 с. ISBN 978-5-394-02663-8 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/937490>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программно-информационное обеспечение учебного процесса включает:

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Microsoft Excel. Встроенные статистические функции.

2. Statistica. Статистический пакет для обработки данных.

3. SPSS. Статистический пакет для обработки данных.

4. MathCAD. Встроенные статистические функции

* MS Office2000/XP;

* электронная база данных Информационного агентства РосБизнесКонсалтинг (<http://www.rbc.ru>);

* электронная библиотека ЭБС «Znanium» (<http://znanium.com/>) и др.

Интернет-ресурсы:

1. Официальный сайт нефтяной компании «Лукойл», Режим доступа: <http://www.lukoil.ru/>

2. Официальный сайт ПАО «Газпром», Режим доступа: <http://www.gazprom.ru/> и др.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

7.1 Методические указания для бакалавров по лекциям

Напишите конспект лекций: кратко, схематично, последовательно фиксируйте основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечайте важные мысли, выделяйте ключевые слова, термины.

Проверьте термины, понятия с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь.

Обозначьте вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометьте и попытайтесь найти ответ в рекомендуемой литературе.

Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

Ниже можно видеть методические указания, написанные по разделам дисциплины.

РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы ценообразования.

Тема 1. Спрос и предложение как основа ценообразования. Ценовая эластичность.

Цель: вспомнить микроэкономические основы формирования цены; изучить разновидности спроса и предложения как основ ценообразования; закрепить знания о ценовой эластичности.

Учебные вопросы:

Понятие конъюнктуры рынка.

Рынок товаров и услуг и его инфраструктура.

Предложение.
Себестоимость и ее виды.
Издержки и их виды.
Роль издержек в установлении цены.
Спрос.
Классификация спроса по формам образования.
Дифференциация спроса по намерениям покупателей.
Дифференциация спроса по состоянию рынка.
Глобальный и региональный спрос.
Удовлетворенный и неудовлетворенный спрос, уровень дефицитности.
Особые виды спроса.
Рыночное равновесие.
График безубыточности.
Понятие ценовой эластичности.
Прямая эластичность спроса по цене.
Перекрестная эластичность спроса по цене.
Эластичность спроса по доходу и ее влияние на ценообразование.

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Объясните понятие конъюнктуры рынка.
Охарактеризуйте инфраструктуру рынка товаров и услуг.
Дайте определение себестоимости.
Приведите классификацию издержек.
Сравните понятия «глобальный» и «региональный спрос».
Дайте определение рыночному равновесию.
Проанализируйте основные составляющие графика безубыточности.
Объясните понятие ценовой эластичности.
Сравните прямую и перекрестную эластичность спроса по цене.

Тема 2. Понятие, функции и классификация цен. Скидки и надбавки.

Цель: Получить представление о роли, функциях и классификации цен; изучить основные скидки с цены и надбавки к ней.

Учебные вопросы:

Двойная роль цены на рынке.

Функции цены на рынке.

Классификация цен по сферам товарного обслуживания.

Классификация цен по способу отражения транспортных расходов.

Классификация цен по формам продаж.

Аукцион и его виды.

Классификация цен по стадиям продаж.

Классификация цен по степени регулирования.

Классификация цен по степени устойчивости во времени.

Базовые цены.

Трансфертные цены.

Мировые цены.

Скидки с цены товара.

Надбавки (наценки) на цены.

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Охарактеризуйте роль цены на рынке.

Какие функции цены на рынке Вы знаете.

Классифицируйте цены по сферам товарного обслуживания.

Охарактеризуйте степень устойчивости цен во времени.

Дайте определение трансфертных цен.

Перечислите известные Вам скидки с цены товара.

Дайте определение понятия аукцион.

Тема 3. Стратегия и тактика ценообразования. Методы ценообразования.

Цель: Изучить основные аспекты стратегии и тактики ценообразования; получить представление о методах ценообразования.

Учебные вопросы:

Структура цены.

Нижняя и верхняя граница цены товара.

Алгоритм определения исходных цен на товары.

Ценовая политика фирмы, ее цели и способы реализации.

Расчет цены по методу: «средние издержки плюс прибыль» (метод надбавок); его достоинства и недостатки.

Расчет цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли (метод дохода на капитал).

Расчет цены на основе максимизации прибыли.

Установление цены на основе потребительской оценки.

Установление цены на основе уровня текущих цен (метод следования за лидером конкуренции).

Установление цены на основе закрытых торгов (ценообразование на конкурсные объекты).

Дополнительные соображения при установлении цены (психология ценовосприятия; политика цен фирмы; влияние цены на других участников рыночной деятельности; государственные ограничения).

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Перечислите основные элементы структуры цены.

Назовите нижнюю и верхнюю границы цены товара.

Опишите алгоритм определения исходных цен на товары.

Что такое «ценовая политика фирмы»?

Сформулируйте достоинства и недостатки расчета цены по методу: «средние издержки плюс прибыль» (метод надбавок).

Дайте определение «метода дохода на капитал»

Охарактеризуйте установление цены на основе закрытых торгов.

РАЗДЕЛ 2. Государственное регулирование ценообразования.

Тема 4. Государственная ценовая политика и ее место в государственном регулировании. Статистика цен.

Цель: Получить представление о государственном регулировании и государственной ценовой политике; научиться применять умения, полученные в ходе освоения дисциплины «статистика» при анализе динамики цен.

Учебные вопросы:

Регулирование экономики и его формы.

Цель и задачи государственного регулирования.

Государственная ценовая политика и ее правовые основы.

Статистика цен: Средняя, модальная и медианная цена.

Индекс цен Ласпейреса.

Индекс цен Пааше.

Инфляция, ее формы и последствия.

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Перечислите формы регулирования экономики.

Охарактеризуйте цели и задачи государственного регулирования.

Назовите правовые основы государственной ценовой политики.

Найдите общие и различные черты средней, модальной и медианной

цены.

Поясните составляющие индексов цен Ласпейреса и Пааше.

Дайте определение инфляции.

Какие формы и последствия инфляции Вы знаете.

Тема 5. Структуры рынка и методы их количественной оценки.

Цель: изучить основные структуры рынка и методы их количественной оценки.

Учебные вопросы:

Влияние структуры рынка на ценообразование.

Проблема анализа рыночных структур.

Границы рынка товара.

Чистая монополия.

Доминирующая фирма.

Тесная олигополия.

Эффективная конкуренция.

Пороговая доля рынка.

Индекс концентрации.

Индекс Херфиндаля-Хиршмана.

Индекс Линда.

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Охарактеризуйте влияние структуры рынка на ценообразование.

Перечислите проблемы анализа рыночных структур.

Дайте определение границ рынка товаров.

Что такое доминирующая фирма?

Сравните тесную олигополию и эффективную конкуренцию.

Охарактеризуйте понятие «пороговая доля рынка».

Каково максимальное значение индекса Херфиндаля-Хиршмана?

Сформулируйте основные различия применения методов количественной оценки рынка в России и за рубежом.

Тема 6. Прямое и косвенное регулирование цен государством. Антимонопольная политика. Контроль за дисциплиной цен.

Цель: Изучить методы прямого и косвенного регулирования цен государством.

Учебные вопросы:

Государственные органы регулирования цен.

Государственное регулирование цен: прямое регулирование цен; косвенное регулирование цен; контроль за соблюдением порядка применения цен.

Антимонопольная политика государства и ее связь с государственной ценовой политикой.

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Назовите государственные органы регулирования цен.

Дайте определение дисциплины цен.

Сформулируйте основные различия прямого и косвенного государственного регулирования цен.

Перечислите основные составляющие контроля за соблюдением порядка применения цен.

Что такое антимонопольная политика государства?

Систематизируйте плюсы и минусы государственной антимонопольной политики.

Раздел 3. Практика ценообразования на предприятии.

Тема 7. Ценообразование на подлинную новинку и на товар-имитатор.

Цель: Овладеть основными методами ценообразования на новые товары.

Учебные вопросы:

Особенности установления цены на подлинную новинку: стратегия снятия сливок;

стратегия прочного внедрения на рынок (суть, условия применения, фирмы-сторонники).

Особенности установления цены на новый товар-имитатор: стратегия премиальных наценок;

стратегия глубокого проникновения на рынок;

стратегия повышенной ценностной значимости;

стратегия завышенной цены;

стратегия среднего уровня;

стратегия доброкачественности;

стратегия ограбления;

стратегия показного блеска;

стратегия низкой ценностной значимости.

Особенности ценообразования в рамках товарной номенклатуры: установление цен в рамках товарного ассортимента (ступенчатое дифференцирование цен, использование уровневых ориентиров);

установление цен на дополняющие товары;

установление цен на обязательные принадлежности; установление цен на побочные продукты производства.

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Перечислите особенности установления цены на подлинную новинку.

Что такое новый товар-имитатор?

Охарактеризуйте стратегию глубокого проникновения на рынок

Чем стратегия «завышенной цены» отличается от стратегии «ограбления»?

Назовите особенности ценообразования в рамках товарной номенклатуры

Дайте определение ступенчатому дифференцированию цен.

Найдите различия между установление цен на дополняющие товары и установление цен на обязательные принадлежности

Тема 8. Дифференциация цен по географическому признаку.

Цель: Получить представление о дифференциация цен по географическому признаку и современной международной терминологией в этой сфере.

Учебные вопросы:

Значение географической модификации цен.

Стратегия отпускной цены по месту изготовления.

Стратегия единой цены.

Стратегия зональных цен.

Стратегия фрахтового базиса.

Стратегия оплаты фрахтовых издержек за счет фирмы-производителя.

Система франкирования.

Инкотермс.

Цена «ex works».

Цена FOR.

Цена FOR fool load.

Цена «Delivered at frontier».

Цена FAS.

Цена FOB.

Цена CAF.

Цена CIF.

Цена “ex quay”.

Цена “delivered duty paid”.

Цена FREE CARRIER (named place).

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Охарактеризуйте понятие географической модификации цен.

Перечислите основные стратегии дифференциации цен по

географическому признаку.

Назовите основные достоинства и недостатки стратегии отпускной цены по месту изготовления.

В чем плюсы применения стратегии единой цены.

Охарактеризуйте стратегию зональных цен и ее минусы.

Дайте определение понятию «система франкирования».

Вспомните, сколько редакций инкотермс всего было.

Назовите элемент, на который цена CIF отличается от цены САФ.

Подумайте, для каких фирм наиболее актуальна дифференциация цен по географическому признаку.

Тема 9. Реакция на изменение цен конкурентами. Ценовые войны.

Цель: Научиться прогнозировать реакцию конкурентов на инициативное изменение цен; применять наиболее эффективные приемы ценовой борьбы.

Учебные вопросы:

Алгоритм реакции фирмы на изменение цен конкурентами.

Активная и пассивная ценовая политика фирмы.

Реакция конкурентов на инициативное снижение цен фирмой.

Варианты ценовой политики фирмы в условиях кризиса.

Завуалированные формы повышения цен.

Ценовая дискриминация и ее виды.

При освоении темы необходимо ответить на следующие контрольные вопросы:

Опишите алгоритм реакции фирмы на изменение цен конкурентами.

Дайте определение активной и пассивной ценовой политике фирмы.

Перечислите скрытые опасности инициативного снижения цен фирмой.

Охарактеризуйте варианты ценовой политики фирмы в условиях кризиса.

Какие завуалированные формы повышения цен Вы знаете.

Что такое совершенная ценовая дискриминация?

7.2 Методические указания по проведению практических занятий:

На практических занятиях реализуется: решение разноуровневых задач, заслушивание и обсуждение докладов студентов,. Для подготовки к практическим занятиям необходима работа с литературными источниками, приведенными в разделе 6. «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины, работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам».

7.2.1 Типовые разноуровневые задачи:

1 Задача репродуктивного уровня

В сентябре предприятие изготовило 2300 единиц продукции. Переменные затраты составили 977500 руб., постоянные—282 900 руб. Вся выпущенная продукция была продана в этом же месяце по цене 660 руб. за одну штуку.

Рассчитайте полную себестоимость одной единицы продукции.

2 Задача реконструктивного уровня

Имеются следующие данные:

Показатели	значение
1. План по производству и реализации изделия А, шт.	32000
2. Оптовая цена изделия А, руб.	250
3. Переменные затраты в себестоимости изделия А. руб.	162,5
4. Сумма постоянных затрат предприятия на планируемый год, руб.	200

Требуется:

- а) определить критический (безубыточный) объём продаж изделия А в натуральном выражении, шт.;
- б) рассчитать критический объём продаж изделия А в стоимостном выражении, руб.;
- в) определить сумму прибыли в отчётном году от продажи изделия А.

3 Задания творческого уровня

Задание 3.1

Исходная цена на товар предприятия 100 руб.

Издержки производства составляют —80 руб.

Планируемый объем продаж —1 млн. шт.

С целью увеличения доли рынка руководство предприятия решает снизить цену на 6 руб. Показатель эластичности спроса по цене для данной группы товаров составляет -1,5.

Рассмотреть последствия такого снижения цены если известно, что соотношение между постоянными и переменными издержками по данной группе товаров составляет 20 : 80.

Задание 3.2

Вам предложено организовать лотерею на следующих условиях:

возможны три исхода – отсутствие выигрыша (вероятность 74%), выигрыш в 20 тысяч рублей, выигрыш в 1 млн.руб. (вероятность 1 %).

Расходы на печать и распространение лотерейных билетов – 8 млн.руб.

Тираж лотереи – 1 тысяча билетов.

Какой должна быть цена билета, чтобы лотерея была безубыточной ?

7.2.3 Методические указания по проведению доклада

Выбор темы доклада определяется студентами самостоятельно в соответствии с «Перечнем тем докладов» и утверждается преподавателем учебной дисциплины.

Структура доклада:

1. Введение;
2. Основная часть
3. Заключение;

Во введении автор должен показать актуальность избранной проблемы, степень ее разработанности и сформулировать те задачи, которые будут

решаться в работе. В основной части излагается содержание доклада. Эту часть рекомендуется разделить на 2 - 4 вопроса, раскрывающих сущность проблемы. Увеличивать число вопросов не следует, так как это приведет к их поверхностной разработке или значительному превышению объема реферата. Изложение каждого вопроса надо четко ограничивать с тем, чтобы можно было ясно видеть, где начинается и где кончается их освещение. Третья часть работы – заключение, содержит краткие выводы. В заключении студент также может изложить собственные впечатления и мнения, указать те проблемные вопросы, которые остались невыясненными и заслуживают дополнительного исследования.

Этапы работы над докладом

Подготовку доклада целесообразно разделить на 6 следующих этапов:

- 1* выбор темы;
- 2* подбор и изучение литературы;
- 3* составление плана работы;
- 4* собрание и обработка фактического и практических материалов;
- 5* оформление раздаточного материала или презентации;
- 6* выступление с докладом.

Тему доклада следует выбирать из тех разделов учебной дисциплины, которые являются наиболее сложными для понимания или вызывают у студента научный интерес. Написание работы по таким темам поможет студентам более глубоко разобраться в сложных и трудных проблемах изучаемой дисциплины, ликвидировать пробелы, углубить знания по интересующей его научной проблеме и написать реферат творчески, высказав свое мнение по существу.

После выбора темы необходимо составить список литературы, подобрать ее и изучить. Начинать эту работу следует с исследования перечня рекомендованной литературы. При составлении библиографического указателя рекомендуется пользоваться источниками библиотеки учебного заведения: библиографическими каталогами, тематическими библиографиями, перечнями статей за год, опубликованных в последнем номере того или иного журнала. При этом главная

задача студента - из огромной массы российской и зарубежной экономической литературы отобрать только те книги, журналы и статьи, в которых освещаются вопросы, относящиеся к выбранной теме реферата.

Изучение периодической литературы следует начинать с работ, опубликованных в последние годы и наиболее полно раскрывающих вопросы доклада, а затем уже переходить и к более ранним изданиям. Такая последовательность изучения литературы обусловлена не только глубоким реформированием всех сторон нашей жизни в последнее десятилетие, но и тем, что экономическая наука - наука творческая, она, как и любая другая наука не может стоять на месте, постоянно развивается и обогащается новыми теоретическими положениями, выводами, концепциями.

При изучении литературы можно рекомендовать делать выписки из книг и статей основных положений, теоретических выводов, определений, доказательств, статистических данных и т. п.

После подбора и изучения литературы студент должен составить тщательно продуманный план доклада, который призван способствовать более полному раскрытию основных ее вопросов. План работы тесно связан с её структурой. Но раз дана структура работы, состоящая из введения, основного раздела и заключения, то задача студента состоит в том, чтобы определить 3 - 4 вопроса основной ее части, соблюдая их взаимосвязь и последовательность изложения.

Для подготовки доклада нужны не только литературные источники, но и статистические, нормативные материалы, на основе которых можно сделать обоснованные выводы о происходящих процессах и явлениях.

Выступление с докладом

Время 7-минутного доклада можно распределить следующим образом:

Вступление – не более 1 минуты. Излагаются актуальность выбранной темы.

Основная часть: анализ источников литературы, анализ статистической информации и примеров - 5-6 минут.

Заключение – не более 1-минуты.

Общая методика формирования пакета демонстрационных слайдов по материалам доклада

1. Разбейте доклад на ряд логически завершенных, цельных блоков. Воссоздайте логическую структуру доклада. Каждому логическому блоку должно соответствовать не менее одного слайда.

2. Сформулируйте краткой и ясной фразой главный смысл каждого логического блока. Впоследствии эта фраза будет выступать заголовком в соответствующем ему слайде.

3. В тексте доклада для каждого такого логического блока выделите ключевые тезисы, положения или данные. Оптимальным объемом считается 2-5 подобных фраз (соответственно, 10-15 слов).

4. Выпишите из текста доклада, или, в крайнем случае, сформулируйте сами основные выводы доклада.

5. Определите какое количество демонстрационных слайдов необходимо, какие материалы они должны содержать. Стандартный набор слайдов включает:

- титульную страницу;
- не менее одного информационного слайда на каждый логический блок доклада;
- слайд (возможно несколько) с итогами и выводами доклада. В некоторых случаях потребуются также слайды с промежуточными выводами;
- заключительный слайд.

6. Подготовьте исходные данные для составления графического иллюстративного материала. В большинстве случаев достаточно бывает ограничиться круговыми и столбиковыми диаграммами, графиками. В исключительных случаях оправдано появление на слайдах простых рисунков и фотоматериалов.

7. Определите целесообразность применения и состав мультимедиа-эффектов. В частности, использования анимации для привлечения внимания аудитории к принципиально важным элементам демонстрируемого слайда.

7.3 Методические указания по проведению текущего контроля

По дисциплине «Ценообразование» предусматривается написание контрольной работы в форме реферата.

7.3.1 Методические указания по написанию реферата

преподавателю на проверку не позднее, чем за 10 календарных дней до даты зачета. Студенты, выступившие с рефератом на семинарских занятиях по согласованию с преподавателем могут принести его непосредственно на экзамен.

Студенты, не написавшие и не защитившие реферат к экзамену не допускаются.

Общие требования к реферату: объем 15-20 страниц 14-м шрифтом Times New Roman, соответствие теме, стандартная структура (титальный лист, содержание, Введение, две-три главы, Заключение, Список использованной литературы, включающий не менее трех и не более семи источников; не менее двух источников должны быть изданы не более трех лет назад; Наличие расчетов по тематике реферата.

Критерии оценивания реферата:

качество содержания работы (достижение сформулированной цели и решение задач исследования, полнота раскрытия темы, системность подхода, отражение знаний литературы и различных точек зрения по теме, нормативно-правовых актов, аргументированное обоснование выводов и предложений);

соблюдение графика выполнения реферата;

соблюдение заданного объема работы;

соответствие содержания выбранной теме;

наличие хорошо структурированного плана, раскрывающего содержание темы реферата;

соответствие содержания глав и параграфов их названию;

логика, грамотность и стиль изложения;

наличие практических рекомендаций;

внешний вид работы и ее оформление, аккуратность;

наличие сносок и правильность цитирования;
 качество оформления рисунков, схем, таблиц;
 правильность оформления списка использованной литературы, ее
 достаточность и новизна;
 ответы на вопросы при публичной защите реферата.

8. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Тема (раздел) дисциплины	Образовательные и информационные технологии	Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
Спрос и предложение как основа ценообразования. Ценовая эластичность.	инновационное обучение, нацеленное на решение новых для обучаемых проблем, интерактивное взаимодействие педагога и студента, проблемные лекции, проводимые в форме диалога, беседы, лекции с использованием слайд-презентаций	пакет прикладных программ Microsoft Office комплект электронных презентаций/слайдов, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
Понятие, функции и классификация цен. Скидки и надбавки.	инновационное обучение, нацеленное на решение новых для обучаемых проблем, интерактивное взаимодействие педагога и студента, проблемные лекции, проводимые в форме диалога, беседы, лекции с использованием слайд-презентаций	пакет прикладных программ Microsoft Office комплект электронных презентаций/слайдов, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
Стратегия и тактика ценообразования. Методы ценообразования	инновационное обучение, нацеленное на решение новых для обучаемых проблем, интерактивное взаимодействие педагога и студента, проблемные лекции, проводимые в форме диалога, беседы, лекции с использованием слайд-презентаций, деловая игра	пакет прикладных программ Microsoft Office комплект электронных презентаций/слайдов, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
Государственная ценовая	инновационное обучение,	пакет прикладных

политика и ее место в государственном регулировании. Статистика цен.	нацеленное на решение новых для обучаемых проблем, интерактивное взаимодействие педагога и студента, проблемные лекции, проводимые в форме диалога, беседы, лекции с использованием слайд-презентаций	программ Microsoft Office комплект электронных презентаций/слайдов, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
Структуры рынка и методы их количественной оценки.	инновационное обучение, нацеленное на решение новых для обучаемых проблем, интерактивное взаимодействие педагога и студента, проблемные лекции, проводимые в форме диалога, беседы, лекции с использованием слайд-презентаций	пакет прикладных программ Microsoft Office комплект электронных презентаций/слайдов, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
Прямое и косвенное регулирование цен государством. Антимонопольная политика. Контроль за дисциплиной цен.	инновационное обучение, нацеленное на решение новых для обучаемых проблем, интерактивное взаимодействие педагога и студента, проблемные лекции, проводимые в форме диалога, беседы, лекции с использованием слайд-презентаций	пакет прикладных программ Microsoft Office комплект электронных презентаций/слайдов, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
Ценообразование на подлинную новинку и на товар-имитатор.	инновационное обучение, нацеленное на решение новых для обучаемых проблем, интерактивное взаимодействие педагога и студента, проблемные лекции, проводимые в форме диалога, беседы, лекции с использованием слайд-презентаций	пакет прикладных программ Microsoft Office комплект электронных презентаций/слайдов, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
Дифференциация цен по географическому признаку.	инновационное обучение, нацеленное на решение новых для обучаемых проблем, интерактивное взаимодействие педагога и студента, проблемные лекции, проводимые в форме диалога, беседы, лекции с использованием слайд-презентаций	пакет прикладных программ Microsoft Office комплект электронных презентаций/слайдов, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
Реакция на изменение цен конкурентами. Ценовые войны.	инновационное обучение, нацеленное на решение новых	пакет прикладных программ Microsoft Office

	<p>для обучаемых проблем, интерактивное взаимодействие педагога и студента, проблемные лекции, проводимые в форме диалога, беседы, лекции с использованием слайд-презентаций</p>	<p>комплект электронных презентаций/слайдов, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)</p>
--	--	---

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов лекционных, практических занятий и самостоятельной работы бакалавров.

Учебный процесс обеспечен аудиториями, комплектом лицензионного программного обеспечения, библиотекой РГГМУ.

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектованы специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебные аудитории для проведения занятий практического типа - укомплектованы специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук), служащей для представления учебной информации.

Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет".

1. Лекционные занятия:

- a. презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук),
- b. пакеты ПО Microsoft Office.

2. Практические занятия:

- a. презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук),
- b. пакеты ПО Microsoft Office.

10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.