

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры
международных финансов и
бухгалтерского учета
Протокол № 10 от 23.05.2023 г.

Первый проректор
С.В. Авдашкевич
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.В.18 Ценообразование в маркетинге
Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль):	Маркетинг
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная, очно-заочная
Разработчики:	Кандидат экономических наук, доцент Звягина Е.М.

Санкт-Петербург
2023

1. Цели и задачи дисциплины:*Цель освоения дисциплины:*

Формирование у обучающегося цельной системы экономического мышления и знаний в области рационального управления ценообразованием для достижения поставленных предприятием целей при работе на рынке, овладение теоретическими основами ценообразования и их практическим воплощением, освоение обучающимися умений и навыков применения современных методов ценообразования, определения ценовой политики и ценовой стратегии развития предприятия

Задачи дисциплины:

Механизма, особенности ценообразования и государственного регулирования цен в современных условиях;

-сформировать умения работать с источниками информации о ценах и тенденциях на различных рынках;

-овладеть современными методами планирования, прогнозирования и определения и анализа цен, а также расчета себестоимости, НДС, акцизов и рентабельности;

-сформировать умения определения цели предприятия на рынке товаров, разработки, анализа и корректировки ценовой политики;

-ознакомить со специфическими особенностями ценообразования в различных рыночных структурах;

-сформировать навык расчета цен на экспортируемые и импортируемые товары, ведения переговоров о ценах.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-1 Способен осуществлять поиск, сбор, хранение, обработку и оценку первичной и вторичной маркетинговой информации	ПК-1.1 Знает нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность.	08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог»
	ПК-1.2 Умеет применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации.	
	ПК-1.3 Способен осуществлять поиск первичной и вторичной маркетинговой информации, планировать и организовывать сбор, хранение, систематизацию и обобщение больших объемов информации, оценивать первичную и вторичную маркетинговую информацию; обрабатывать полученные данные с помощью методов математической статистики.	
ПК-5 Способен составлять отчет и разрабатывать рекомендации по результатам маркетингового исследования	ПК-5.1 Знает требования к составлению отчета маркетингового исследования, содержание его разделов, требования к оформлению документации.	08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог»
	ПК-5.2 Умеет создавать отчет по результатам маркетингового исследования с учетом требований службы качества организации.	
	ПК-5.3 Способен подготавливать отчеты и представлять рекомендации по результатам маркетинговых исследований, формировать предложения по совершенствованию товарной, ценовой политики, совершенствованию систем сбыта и продаж, улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1.1. Знает нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность.	Знать методы ценообразования на предприятиях различных отраслей экономики; методику формирования цен на экспортируемую и импортируемую продукцию
ПК-1.2. Умеет применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации.	Уметь выбирать и практически применять методы расчета цен на продукцию предприятия в конкретных условиях; определять экспортную цену с учетом базисных условий поставки; рассчитывать таможенную стоимость товара
ПК-1.3. Способен осуществлять поиск первичной и вторичной маркетинговой информации, планировать и организовывать сбор, хранение, систематизацию и обобщение больших объемов информации, оценивать первичную и вторичную маркетинговую информацию; обрабатывать полученные данные с помощью методов математической статистики.	Владеть современными методами сбора, обработки и анализа информации, необходимой для решения поставленных задач в области ценообразования
ПК-5.1. Знает требования к составлению отчета маркетингового исследования, содержание его разделов, требования к оформлению документации.	Знать сущность цены как экономической категории, состав, структуру и функции цены; систему ценообразующих факторов и их роль в практике ценообразования; методы государственного регулирования цен в России и за рубежом; сущность и цели ценовой политики предприятия; особенности ценообразования в зависимости от структуры рынка
ПК-5.2. Умеет создавать отчет по результатам маркетингового исследования с учетом требований службы качества организации.	Уметь определять ценовую стратегию предприятия с учетом специфики его деятельности и структуры рынка; принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства
ПК-5.3. Способен подготавливать отчеты и представлять рекомендации по результатам маркетинговых исследований, формировать предложения по совершенствованию товарной, ценовой политики, совершенствованию систем сбыта и продаж, улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.	Владеть техникой расчета цен и установления соответствующих надбавок к ним с учетом различных ценообразующих факторов; устойчивыми навыками по решению конкретных вопросов ценообразования в различных отраслях экономики, возникающих в практической деятельности специалистов

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-1.1 ПК-5.1	ПК-1.2 ПК-5.2	ПК-1.3 ПК-5.3
1	Цена в системе хозяйственного механизма. Система цен	ПК-1 ПК-5	Тестирование №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
2	Ценообразующие факторы. Государственное регулирование цен.	ПК-1 ПК-5	Тестирование №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
3	Издержки производства	ПК-1 ПК-5	Тестирование №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
4	Методы прогнозирования и определения цен	ПК-1 ПК-5	Тестирование №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-1.1 ПК-5.1	ПК-1.2 ПК-5.2	ПК-1.3 ПК-5.3
5	Отражение в ценах издержек производства и чистого дохода	ПК-1 ПК-5	Тестирование №3 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №2 (20)
6	Ценовая политика предприятия	ПК-1 ПК-5	Тестирование №3 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №2 (20)
7	Производство и ценообразование в различных рыночных структурах	ПК-1 ПК-5	Тестирование №4 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №2 (20)
8	Цены и ценовая политика во внешнеэкономической деятельности предприятия	ПК-1 ПК-5	Тестирование №4 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №2 (20)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Тема 1: Цена в системе хозяйственного механизма. Система цен</p> <p>Организация общественного производства и производственные отношения. Хозяйственный механизм в системе производственных отношений. Содержание, структура, функции и модели хозяйственного механизма. Типы экономических систем. Современная рыночная экономика и ее характеристика. Место и роль цен и ценообразование в хозяйственном механизме. Взаимосвязь ценообразования с управлением, финансовой и кредитными системами и другими экономическими инструментами хозяйственного механизма. Концепции цены. Состав, структура и уровень цен, сущность, основные тенденции и определяющие их факторы. Понятие системы цен. Виды цен. Их особенности и взаимосвязь. Необходимость дифференциации цен. Соотношения отдельных видов цен, границы относительной самостоятельности цен. Отражение в системе цен различий в формах экономического оборота и назначения товаров. Общие свойства системы цен.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Доклады по теме. Решение задач</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 2: Ценообразующие факторы. Государственное регулирование цен.</p> <p>Ценообразующие факторы: сущность и классификация. Влияние спроса и предложения на цены. Кривая спроса, кривая предложения. Рыночное равновесие: понятие, типы равновесия, устойчивость равновесия. Циклические колебания цен: равномерное, затухающее, незатухающее. Эластичность спроса и предложения: сущность и виды. Эластичность спроса по цене и по доходу. Перекрестная эластичность спроса, эластичность предложения. Свойства эластичности, ее практическое применение в ценообразовании. Влияние вмешательства государства в рыночное равновесие. Налоги, дотации, фиксирование цены. Влияние инфляции на спрос, предложение и рыночные цены. Методологические основы управления ценами и ценообразованием. Необходимость и возможность государственного регулирования рыночной экономики. Границы государственного регулирования цен. Методы государственного регулирования цен. Государственная политика цен: сущность, цели, взаимосвязь с социально-экономической политикой государства. Правовое регулирование ценообразования: сущность, методы, основные законодательные и нормативные документы.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Доклады по теме. Решение задач</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 3: Издержки производства</p> <p>Внешние и внутренние эффекты и затраты. Сущность издержек производства. Учет фактора времени при классификации издержек. Закон убывающей отдачи и его применение при анализе издержек. Издержки производства в краткосрочном периоде: классификация издержек, факторы, определяющие их величину. Постоянные, переменные, общие, средние и предельные издержки: сущность, графическое изображение, взаимосвязь. Факторы, вызывающие смещение кривых издержек. Издержки производства в долгосрочном периоде: классификация издержек, графическое изображение. Взаимосвязь между издержками краткосрочного и долгосрочного периодов. Влияние издержек на цены: случаи неизменных, растущих и снижающихся издержек</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Доклады по теме. Решение задач</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 4: Методы прогнозирования и определения цен</p> <p>Принципы ценообразования. Влияние на уровень, состав, структуру и динамику цен закономерностей и тенденций развития хозяйственного механизма. Взаимосвязь принципов и методов ценообразования. Необходимость и сущность прогнозирования и планирования цен. Методы прогнозирования и планирования. Необходимость, сущность и методы регулирования цен. Методы тестирования цен. Методы определения цен. Затратные методы определения цен на основе издержек производства, с ориентацией на спрос или на конкуренцию, на равновесие между издержками производства и состоянием рынка.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Доклады по теме. Решение задач</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 5: Отражение в ценах издержек производства и чистого дохода</p> <p>Себестоимость как исходная база цены. Основные требования к калькулированию себестоимости. Сущность себестоимости, ее виды, классификация затрат. Методы расчета себестоимости: Метод прямого нормативного калькулирования, метод калькулирования по аналогу, агрегатный метод, параметрические методы. Формы чистого дохода, включаемого в цены. Экономическая природа, функции и виды прибыли. Рентабельность: сущность, виды, методы расчета.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Доклады по теме. Решение задач</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 6: Ценовая политика предприятия</p> <p>Определение целей предприятия на рынке товаров. Определение и анализ спроса на товары. Методы оценки спроса. Оценка конкурентоспособности товара. Анализ цен рынка. Формирование спроса и стимулирование сбыта товаров. Определение места политики цен в общей стратегии деятельности предприятия. Выбор методов ценообразования. Оценка издержек производства и коммерческих издержек</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Доклады по теме. Решение задач</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 7: Производство и ценообразование в различных рыночных структурах</p> <p>Классификация рыночных структур. Совершенная и несовершенная конкуренция: сущность, особенности ценообразования, степень влияния на цены. Чистая (совершенная) конкуренция: сущность, взаимодействие отдельных потребителей и производителей, условия максимизации прибыли. Чистая монополия: сущность, экономические последствия, монопольное ценообразование, ценовая дискриминация. Регулируемая монополия и оптимальная цена. Захват потребительского рынка. Диверсификация цен: сущность, формы. Монополистическая конкуренция: сущность, особенности ценообразования. Ценовая и неценовая конкуренция. Олигополия: понятие, причины существования, сущность ценообразования. Тайный сговор.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Доклады по теме. Решение задач</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 8: Цены и ценовая политика во внешнеэкономической деятельности предприятия</p> <p>Сущность ценовой политики во внешнеэкономической деятельности предприятия. Методика расчета цен на экспортируемые товары. Виды коммерческих поправок и методы их внесения. Методы расчета цен на импортируемые товары. Пересчет цен в валюту предстоящей сделки. Ведение переговоров о ценах и утверждение цен.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Доклады по теме. Решение задач</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Курсовая работа:</p> <p>не предусмотрено учебным планом</p>

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 6
Аудиторные занятия (АЗ):	48	48
Лекционные занятия (Лек)	16	16
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	32	32
Самостоятельная работа студента (СР)	55	55
Курсовая работа	0	0

38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) "Маркетинг"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.18 Ценообразование в маркетинге

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 6
Другие виды самостоятельной работы*	55	55
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Контактная работа (КоР)	53	53
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий					
			Лек	Пр	Лаб			
1	Цена в системе хозяйственного механизма. Система цен	6	2	4	0	6	4	
2	Ценообразующие факторы. Государственное регулирование цен.	6	2	4	0	7	4	
3	Издержки производства	6	2	4	0	7	4	
4	Методы прогнозирования и определения цен	6	2	4	0	7	4	
5	Отражение в ценах издержек производства и чистого дохода	6	2	4	0	7	4	
6	Ценовая политика предприятия	6	2	4	0	7	4	
7	Производство и ценообразование в различных рыночных структурах	6	2	4	0	7	4	
8	Цены и ценовая политика во внешнеэкономической деятельности предприятия	6	2	4	0	7	4	
Итого:			16	32	0	55	32	

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 7
Аудиторные занятия (АЗ):	8	8
Лекционные занятия (Лек)	2	2
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	6	6
Самостоятельная работа студента (СР)	91	91
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	91	91
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Контактная работа (КоР)	13	13
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	4	4
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий					
			Лек	Пр	Лаб			
1	Цена в системе хозяйственного механизма. Система цен	7	2	0	0	10	4	
2	Ценообразующие факторы. Государственное регулирование цен.	7	0	0	0	10	4	
3	Издержки производства	7	0	2	0	15	4	
4	Методы прогнозирования и определения цен	7	0	2	0	15	4	

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
5	Отражение в ценах издержек производства и чистого дохода	7	0	0	0	10	4
6	Ценовая политика предприятия	7	0	2	0	11	4
7	Производство и ценообразование в различных рыночных структурах	7	0	0	0	10	4
8	Цены и ценовая политика во внешнеэкономической деятельности предприятия	7	0	0	0	10	4
Итого:			2	6	0	91	32

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 7
Аудиторные занятия (АЗ):	28	28
Лекционные занятия (Лек)	14	14
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	14	14
Самостоятельная работа студента (СР)	76	76
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	76	76
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
Контактная работа (КоР)	32	32
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Цена в системе хозяйственного механизма. Система цен	7	2	0	0	9	4
2	Ценообразующие факторы. Государственное регулирование цен.	7	2	2	0	9	4
3	Издержки производства	7	0	2	0	9	4
4	Методы прогнозирования и определения цен	7	2	2	0	9	4
5	Отражение в ценах издержек производства и чистого дохода	7	2	2	0	10	4
6	Ценовая политика предприятия	7	2	2	0	10	4
7	Производство и ценообразование в различных рыночных структурах	7	2	2	0	10	4
8	Цены и ценовая политика во внешнеэкономической деятельности предприятия	7	2	2	0	10	4
Итого:			14	14	0	76	32

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

1. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ 7-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для вузов / Под ред. Касьяненко Т.Г. - Санкт-Петербургский государственный экономический университет (г. Санкт-Петербург), 2022 г. - 437 с. - ISBN 978-5-534-04530-7 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/cenoobrazovanie-489051>

2. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Ямпольская Д. О. - Российский университет дружбы народов (г. Москва), 2022 г. - 193 с. - ISBN 978-5-534-11197-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/cenoobrazovanie-493277>

3. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ 2-е изд., пер. и доп. Учебное пособие для вузов / Кукота А. В., Одинцова Н. П. - Донской государственный технический университет (г. Ростов-на-Дону), 2023 г. - 201 с. - ISBN 978-5-534-04708-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/cenoobrazovanie-v-stroitelstve-514639>

Дополнительная литература:

1. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРОВ И УСЛУГ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Еремеева Н. В. - Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Москва); Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России (г. Москва), 2022 г. - 242 с. - ISBN 978-5-534-09362-9 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/konkurentosposobnost-tovarov-i-uslug-491928>

2. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ. ПРАКТИКУМ. Учебное пособие для вузов / Липсиц И. В. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2022 г. - 336 с. - ISBN 978-5-534-02867-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/cenoobrazovanie-praktikum-489349>

3. МАРКЕТИНГ 5-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Григорьев М. Н. - Балтийский государственный технический университет ВОЕНМЕХ имени Д.Ф. Устинова (г. Санкт-Петербург), 2023 г. - 559 с. - ISBN 978-5-534-05818-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketing-510588>

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный

2. Электронно-библиотечная система СПбУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный

3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный

4. eLibrary.ru : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная

база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: arch.neicon.ru. - Текст: электронный

6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный

8. Управление производством [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.up-pro.ru>. - Текст: электронный

9. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>. - Текст: электронный

10. AdIndex.ru: реклама и маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://adindex.ru>. - Текст: электронный

11. Министерство экономического развития Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://economy.gov.ru>. - Текст: электронный

12. Министерство финансов Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://minfin.gov.ru/ru>. - Текст: электронный

13. Центральный Банк Российской Федерации: профессиональная база данных . - Режим доступа: <http://www.cbr.ru>. - Текст: электронный

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройствами), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

3. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания)

представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет				
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

Задания творческого уровня №1

Выполнить предложенные задания по рекомендации преподавателя, проанализировать полученные результаты, сделать выводы, оформить отчет, представив его на проверку преподавателю.

Задание 1. Что может произойти с количеством людей, желающих получить высшее образование, если на рынке труда снижается предложение свободных рабочих мест? Может ли сокращение рабочих мест увеличить число студентов высших учебных заведений?

Задание 2. Бразилия и Колумбия являются в мире основными производителями зерен кофе. В 1999г. сильнейшая засуха в этих странах стала причиной сокращения поставок кофе на международный рынок. В конце 1999г. в регионе начались сильные дожди, и вскоре поставщики кофе объявили, что предложение кофе снизится на 10%. Какие факторы повлияли на сокращение

Задания творческого уровня №2

Выполнить предложенные задания по рекомендации преподавателя, проанализировать полученные результаты, сделать выводы, оформить отчет, представив его на проверку преподавателю.

Задание 1. Почему торговые фирмы во всем мире организуют распродажи по сниженным ценам?

Задание 2. Цена на коммунальное водоснабжение выросло в несколько раз. Уменьшится ли количество потребляемой домохозяйствами воды? Объясните свою точку зрения.

Тестирование №1

1. Регулирование цен государством позволяет:

- a) сдерживать неоправданный рост цен;
- b) смягчать воздействие инфляционных процессов;
- c) ограничивать конкуренцию;
- d) стимулировать инвестиции.

2. Основными методами регулирования естественных монополий:

- a) прямое определение цен (тарифов);
- b) определение предельного уровня цен (тарифов);
- c) определение потребителей для обязательного обслуживания;
- d) установление торговых надбавок.

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

- a) учетно-измерительной;
- b) стимулирующей;
- c) определительной;
- d) регулирующей;
- e) распределительной.

4. К методам административного регулирования цен относятся:

- a) установление предельного уровня рентабельности;
- b) установление предельного коэффициента изменения;
- c) декларирование цен;
- d) установление биржевых котировок.

5. К затратным методам установления цены относятся:

- a) издержки плюс прибыль;
- b) тендерный;
- c) обеспечения целевой прибыли;
- d) рентабельности инвестиций.

6. К недостаткам затратного метода относятся:

- a) не отражает меры ценности товара для потребителя;
- b) не способствует развитию конкуренции;
- c) не учитывает уровень спроса на товар;
- d) не отражает величину бухгалтерских затрат.

7. Систему цен характеризуют следующие параметры:

- a) уровень;
- b) структура;
- c) динамика;
- d) эмерджентность.

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

- a) формированием цен на единой методологической основе;
- b) взаимосвязью производства предприятий;
- c) взаимосвязью отраслей;
- d) формированием государственного заказа.

9. В качестве основных ценообразующих факторов выступают:

- a) издержки производства;
- b) издержки реализации;
- c) спрос и предложение;

d) прибыль;

e) покупательная способность денег;

f) конкуренция;

g) государственное регулирование цен;

h) диверсификация.

10. В качестве основных типологических признаков классификации цен выступают:

a) форма продаж;

b) отражение транспортных расходов;

c) обслуживаемая сфера товарного обращения;

d) степень регулирования;

e) степень устойчивости во времени;

f) стадии продаж;

g) производственная инфраструктура.

Тестирование №2

1. Задачами ценовой стратегии фирмы являются:

a) завоевание рынка;

b) обеспечение выживаемости;

c) максимизация прибыли;

d) завоевание лидерства на рынке;

e) обеспечение квантификации.

2. Мировой опыт установления цен выделяет следующие наиболее эффективные рыночные стратегии

a) низких цен;

b) средних цен;

c) высоких цен;

d) целевых цен;

e) льготных цен;

f) трансфертных цен.

3. Абсолютный уровень цен увеличивают следующие налоги и сборы:

a) налог на добавленную стоимость;

b) налог на прибыль;

c) акцизы;

d) таможенные сборы.

4. Уровень торговой скидки определяется следующими факторами:

a) величиной торговых затрат;

b) уровнем рентабельности;

c) объемом продаж;

d) уровнем продажной цены.

5. основоположником стоимостной формы представления потребительских свойств не признан:

a) А.Смит;

b) Д.Рикардо;

c) А.Маршалл;

d) Й.Шумпетер;

e) Д.Кейнс.

6. Цена нижнего предела это не:

a) самая низкая цена на рынке;

b) цена равная издержкам производства;

c) трансфертная цена;

d) цена контрагентная;

e) цена покрывающая издержки и обеспечивающая минимальную прибыль.

7. Эконометрические методы определения цен это не:

- a) метод удельных показателей;
- b) метод регрессионного анализа;
- c) балловый метод;
- d) агрегатный метод;
- e) географический метод.

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

- a) количественное соотношение спроса и предложения»;
- b) сумма денег за товар»;
- c) денежное выражение качества товара»;
- d) совокупность денежных отношений, возникающих по поводу образования и использования целевых фондов денежных средств»;
- e) инструмент коммерческой политики фирмы».

9. В состав отпускной цены предприятия входят:

- a) затраты на производство продукции;
- b) затраты на реализацию продукции;
- c) прибыль предприятия;
- d) снабженческо-сбытовая надбавка.

10. Существуют следующие виды скидок на продукцию:

- a) сезонные;
- b) кумулятивные;
- c) за оплату наличными;
- d) за пробную партию.

Тестирование №3

1. Ценовая стратегия, которую рекомендуется применять при неоднородности покупателей и возможности продажи одного и того же товара по нескольким ценам:

- a) дискриминации цен
- b) дифференциации цен
- c) конкурентного ценообразования
- d) нет верного ответа

2. Ценовые стратегии разрабатываются ...

- a) при изменении цены своего товара конкурентом
- b) при несоответствии цены на товар спросу
- c) при соответствии спроса и предложения
- d) при установлении цены на новый товар
- e) с целью стабилизации рынка

3. Точка безубыточности – это:

- a) все ответы верны
- b) объем производства, при котором производитель работает без убытков
- c) правильного ответа нет
- d) уровень затрат, необходимый для производства продукции
- e) цена, при которой организация начинает получать прибыль

4. Увеличить прибыль за счет установления высоких цен возможно ...

- a) в условиях совершенной конкуренции
- b) на олигопольном рынке
- c) при выпуске продукции, не имеющей аналогов
- d) при эластичном спросе

5. Тендер позволяет приобрести товар по ...

- a) максимальной цене

- b) минимальной цене
 - c) средней арифметической
 - d) цене, максимально отражающей качество товара
6. Стратегия, при которой установление цен на более низком уровне, чем по мнению большинства покупателей заслуживает товар с данной экономической ценностью называется стратегией:
- a) премиального ценообразования
 - b) скидок
 - c) скорейшего возврата средств
 - d) ценового прорыва
7. Стратегия низких цен используется ...
- a) для прорыва на рынок
 - b) для товаров, выпускаемых в небольших объемах
 - c) при больших финансовых затратах
 - d) при масштабном выпуске продукции
8. Стратегия средних цен может быть представлена стратегией ...
- a) «снятия сливок»
 - b) дифференцированных цен
 - c) проникновения на рынок
 - d) следования за лидером
9. Сезонность может привести на рынке к ...
- a) колебаниям розничных цен
 - b) стабильности розничных цен
 - c) шокам предложения
 - d) шокам спроса
10. Психология покупателя наиболее часто учитывается при исчислении ...
- a) затрат на производство
 - b) оптовой цены предприятия
 - c) отпускной цены на продукцию производственного назначения
 - d) розничной цены потребительских товаров

Тестирование №4

1. Полная себестоимость продукции включает ...
- a) альтернативные расходы
 - b) маржинальные расходы
 - c) производственную себестоимость и расходы на продажу
 - d) только производственную себестоимость
2. Показатель рентабельности продаж товара прямо пропорционален ...
- a) величине косвенных налогов
 - b) прибыли от реализации товара
 - c) себестоимости товара
 - d) ценовым надбавкам
3. Основной метод установления цен:
- a) «снятия сливок»
 - b) захват потребительского излишка
 - c) максимум прибыли
 - d) обеспечение безубыточности
 - e) средние затраты плюс прибыль
4. Переменные затраты на единицу продукции ...
- a) зависят от постоянных затрат
 - b) остаются неизменными

- c) снижаются в зависимости от объёма производства
 - d) увеличиваются, если объём производства растёт
5. Под монополистической конкуренцией понимают такую структуру рынка, при которой:
- a) взаимодополняемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей
 - b) взаимодополняемые товары производятся небольшим числом независимых друг от друга производителей
 - c) взаимозаменяемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей
 - d) все товары производятся в условиях конкуренции
6. Маржинальная теория цены и ценообразования считает базой цены товара ...
- a) качество
 - b) полезность
 - c) предельную полезность
 - d) редкость
7. На рынке свободной конкуренции организация придерживается:
- a) адаптивной политики цен
 - b) маркетингового ценообразования
 - c) политики доминирующего лидерства
 - d) политики приспособления к ведущим конкурентам
8. Недостатки методов затратного ценообразования:
- a) игнорирование информации о поведении конкурентов
 - b) игнорирование информации о поведении покупателей
 - c) недостоверность исходных данных
 - d) сложность сбора информации
9. Олигополия — это такая рыночная структура, при которой:
- a) в отрасли незначительное количество производителей, которые могут согласовать свои действия
 - b) в отрасли один производитель и несколько покупателей, товар однороден
 - c) товар однороден, входные барьеры отсутствуют, имеется один продавец и много покупателей
 - d) товар однороден, имеется много продавцов и один покупатель
10. Виды себестоимости:
- a) полная
 - b) производственная
 - c) производственная
 - d) реализационная
 - e) рыночная
 - f) среднеотраслевая
 - g) цеховая

Собеседование, опрос/Контрольная работа №1

Вариант 1. Определите розничную цену на товар, реализуемый организацией промышленности через свой фирменный магазин. Известно:

- 1. Себестоимость изделия 240 руб. (в том числе затраты на обработку - 100 руб.)
- 2. Рентабельность, исчисленная как отношение прибыли к затратам на обработку, - 60%.
- 3. Торговая надбавка - 20%.
- 4. НДС - 20%.

Вариант 2. Определите сумму прибыли в цене изделия и рентабельность, исчисленную по отношению к себестоимости. Составьте структуру свободной отпускной цены изделия. Известно: 1. Свободная отпускная цена (с НДС) - 236 руб.

2. Себестоимость изделия -160 руб.

3. НДС - 20%.

Вариант 3. Определите розничную цену на товар, реализуемый организацией промышленности через свой фирменный магазин. Известно:

1. Себестоимость изделия 240 руб. (в том числе затраты на обработку - 100 руб.)

2. Рентабельность, исчисленная как отношение прибыли к затратам на обработку, - 60%.

3. Торговая надбавка - 20%.

4. НДС - 20%.

Собеседование, опрос/Контрольная работа №2

1. Сформулируйте определение экономической сущности цены.
2. Как реализуется цена и полезность товара в рыночной экономике?
3. Как государство воздействует на цены? Какие экономические рычаги при этом используются?
4. Дайте определение системы цен.
5. Назовите основные подсистемы действующей системы цен.
6. Охарактеризуйте, как формируется динамика цен в условиях рынка.
7. Назовите виды цен в зависимости от порядка возмещения транспортных расходов по доставке грузов. Дайте их характеристику.
8. Какие существуют виды цен, определяемых способом регулирования рыночной экономики.
9. Как различаются виды цен в зависимости от типа рынка?
10. Какое место в системе экономических законов рыночной экономики занимает закон стоимости и почему?
11. В чем состоит взаимовлияние цен и денежного обращения?
12. Общественно необходимые затраты труда - общественно-необходимое рабочее время - цена.
13. Что такое функции цен?
14. Охарактеризуйте учетную функцию цен в рыночной экономике.
15. В чем проявляется взаимосвязь цен и инфляции?
16. Охарактеризуйте механизм стимулирования через систему цен в рыночной экономике.
17. В чем заключается механизм перераспределения через систему цен?
18. В чем сложность ценообразования? Дайте определение понятия «ценообразование»
19. Назовите методы используемые в ценообразовании.
20. Охарактеризуйте параметрический метод и сферу его применения.
21. В чем суть метода прямого калькулирования и область его применения.
22. Охарактеризуйте метод ценообразования на основе средних издержек и норматива прибыли. какими факторами обуславливается уровень рентабельности в цене?
23. Какими факторами обуславливается уровень рентабельности в цене?
24. Когда возникает дефицит товара на рынке: при установлении цены выше или ниже равновесной?
25. Как формируются цены в оптовой торговле?
26. В чем заключается специфика установления цены на подакцизные товары?
27. Как устанавливаются цены на продукцию (услуги) естественных монополий?
28. Охарактеризуйте взаимосвязь финансово-кредитных отношений с ценообразованием.
29. Проанализируйте положительное и отрицательное влияние цен и их динамики на госбюджет.
30. В чем состоит роль цен в формировании финансов на уровне предприятия в рыночной экономике

9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом

9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: зачет

Примерный перечень теоретических вопросов к зачету

1. Место и роль цен в хозяйственном механизме.
2. Концепции цены.
3. Состав, структура и уровень цен.
4. Сущность цены, основные тенденции и факторы определяющие ее величину.
5. Виды цен, их особенности и взаимосвязь.
6. Методы включения НДС и акцизов в цену.
7. Наценки торгово-сбытовых организаций и их учет в ценах.
8. Эластичность предложения.
9. Правила дифференцирования функций.
10. Понятие дисциплины цен
11. Основные формы контроля за ценами.
12. Принципы ценообразования.
13. Взаимосвязь принципов и методов ценообразования.
14. Необходимость и возможность государственного регулирования цен.
15. Точка нулевой прибыли.
16. Сущность издержек производства.
17. Закон убывающей отдачи и его применение при анализе издержек.
18. Классификация издержек.
19. Кривая спроса, кривая предложения.
20. Эластичность спроса и предложения.
21. Эластичность спроса по цене и по доходу
22. Методы тестирования цен.
23. Область применения отдельных методов ценообразования.
24. Методы прогнозирования и планирования цен.
25. Параметрические методы ценообразования.
26. Методы определения цен.
27. Определение цен на основе издержек производства.
28. Классификация издержек.
29. Себестоимость, методы расчета.
30. Оценка издержек производства и коммерческих расходов в рыночных условиях ценообразования.
31. Влияние издержек на цены.
32. Перекрестная эластичность спроса
33. Границы относительной самостоятельности цены
34. Свойства эластичности, ее практическое применение в ценообразовании
35. Рентабельность: сущность, виды и методы расчета.
36. Себестоимость как исходная база цены.
37. Рыночное равновесие: понятие и виды.
38. Влияние спроса и предложения на цены
39. Монопольное ценообразование.
40. Олигополистическое ценообразование.
41. Методы ценообразования на экспортируемые и импортируемые товары.
42. Ценовая политика во внешнеэкономической деятельности

Примерный перечень практических заданий к зачету

Задача №1

Определите, оптовую цену закупки кондиционеров, исходя из следующих данных:

$\frac{3}{4}$ оптовая отпускная цена единицы товара – 12600 руб.;

$\frac{3}{4}$ издержки обращения посредника – 2300 руб.;

$\frac{3}{4}$ рентабельность, планируемая посредником – 10%;

$\frac{3}{4}$ НДС для посредника – 20 %.

Задача №2

Определите, оптовую цену закупки кондиционеров, исходя из следующих данных:

$\frac{3}{4}$ оптовая отпускная цена единицы товара – 15600 руб.;

$\frac{3}{4}$ издержки обращения посредника – 4300 руб.;

$\frac{3}{4}$ рентабельность, планируемая посредником – 15%;

$\frac{3}{4}$ НДС для посредника – 20 %.

Задача №3

Определите, оптовую отпускную цену, исходя из следующих данных:

$\frac{3}{4}$ свободная отпускная цена изготовителя – 4500 руб. за единицу;

$\frac{3}{4}$ ставка акциза – 20 %;

$\frac{3}{4}$ ставка НДС – 20 %.

Задача №4

Известно, что в текущем периоде доля затрат на электроэнергию в цене продукции составляла 10 %, доля затрат на заработную плату – 46%. В прогнозном периоде ожидается повышение тарифов на электроэнергию на 18%, ставки заработной платы вырастут на 5 %. На сколько процентов вырастет цена продукции.

Задача №5

Известно, что в текущем периоде доля затрат на электроэнергию в цене продукции составляла 40 %, доля затрат на заработную плату – 36%. В прогнозном периоде ожидается повышение тарифов на электроэнергию на 30%, ставки заработной платы вырастут на 20 %. На сколько процентов вырастет цена продукции.

Задача № 6

Себестоимость услуги по установке кондиционера равна 2600 руб., приемлемая рентабельность – 20 %; НДС – 20 %; акциз- 10 %. Устроит ли Вас отпускная цена на установку кондиционера в размере 3000 руб.?

Задача № 7

Себестоимость выпуска кондиционера равна 9000 руб. за единицу., минимальная приемлемая для производства рентабельность -20 %, ставка НДС – 20 %, ставка акциза – 20 %. Определите, минимальную приемлемую отпускную цену кондиционера.

Задача № 8

Определите возможное изменение выручки от реализации в результате повышения цены кондиционера на 15%, если коэффициент эластичности спроса кондиционеров равен 2,5.

Задача № 9

Определите, выгодно ли производителю снизить цену на 1 руб., если текущая цена товара 10 руб., планируемый объем производства 500 тыс. штук. Показатель эластичности спроса по цене 1,8.

Задача № 10

Цеховая себестоимость одной тонны колбасы «Докторской» в/с – 198600 руб.,
Общепроизводственные расходы составляют 45600 руб., коммерческие расходы составляют 5%
от производственной себестоимости колбасных изделий. Нормативная рентабельность
продукции составляет 12 %. НДС – 10%. Рассчитайте оптовую цену и отпускную цену с учетом
НДС одной тонны колбасы «Докторской» в/с.

Задача № 11

Цеховая себестоимость одной тонны колбасы «Молочной» 1 с – 178600 руб.,
Общепроизводственные расходы составляют 43600 руб., коммерческие расходы составляют 5%
от производственной себестоимости колбасных изделий. Нормативная рентабельность
продукции составляет 11 %. НДС – 10%. Рассчитайте розничную цену одной тонны колбасы
«Молочной» 1 сорта.

Задача № 12

Цеховая себестоимость одной тонны колбасы «Докторской» в/с – 215600 руб.,
Общепроизводственные расходы составляют 34600 руб., коммерческие расходы составляют 8%
от производственной себестоимости колбасных изделий. Нормативная рентабельность
продукции составляет - 10 %, НДС – 10%. Рассчитайте оптовую цену, отпускную цену с учетом
НДС и розничную цену одной тонны колбасы «Докторской» в/с.

Задача № 13

Определите возможное изменение выручки от реализации в результате повышения цены мясных
консервов на 17%, если коэффициент эластичности спроса на мясные консервы равен 2.

Задача № 14

Определите, выгодно ли производителю снизить цену на жир пищевой топленый на 10 руб.,
если текущая цена жира пищевого топленого 210 руб., планируемый объем производства 500 т.
Показатель эластичности спроса по цене 1,8