

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

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры экономики и  
управления социально-  
экономическими системами  
Протокол № 10 от 25.05.2023 г.

Первый проректор  
С.В. Авдашкевич  
28.06.2023

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.В.ДВ.02.02 Ценообразование в менеджменте
Направление подготовки:	38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль):	Стратегический маркетинг
Уровень высшего образования:	Магистратура
Форма обучения:	очная, заочная, очно-заочная
Разработчики:	Кандидат экономических наук, доцент Амельченко Е.Н.

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, и т.д.

*Задачи дисциплины:*

- усвоение студентами теоретических основ ценообразования, роли цены в системе хозяйственного механизма, особенностей ценообразования и государственного регулирования цен в современных условиях;

- формирование умения работы с источниками информации о ценах и тенденциях на различных рынках;

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

- формирования умений определения цели предприятия на рынке товаров, разработки, анализа и корректировки ценовой политики;

- ознакомление со специфическими особенностями ценообразования в различных рыночных структурах;

- формирование умений 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-2 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации	ПК-2.1 Знает инструменты маркетингового ценообразования; законодательство Российской Федерации, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организации; методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий.	08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог»
	ПК-2.2 Умеет разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги); рассчитывать цены на товары (услуги) организации; разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования; сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги); проводить маркетинговые исследования по ценам и аудит ценовой политики организации.	
	ПК-2.3 Способен разрабатывать ценовую политику в организации; стратегию формирования цен на товары (услуги) организации; внедрять методы формирования цен на товары (услуги) организации; проводить последовательные действия по разработке политики ценообразования и конкурентных ценовых стратегий; внедрять системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации; совершенствовать политику ценообразования.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2.1. Знает инструменты маркетингового ценообразования; законодательство Российской Федерации, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организации; методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий.	Знает: - политики ценообразования; - вопросы ценообразования, регулируемые законодательством РФ; - инструменты маркетингового ценообразования; - стандарты и этические принципы, регулирующие ценовую политику.
ПК-2.2. Умеет разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги); рассчитывать цены на товары (услуги) организации; разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования; сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги); проводить маркетинговые исследования по ценам и аудит ценовой политики организации.	Умеет: - разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги); - рассчитывать цены на товары (услуги) организации; - разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования; - сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги); - проводить маркетинговые исследования по ценам и аудит ценовой политики организации.
ПК-2.3. Способен разрабатывать ценовую политику в организации; стратегию формирования цен на товары (услуги) организации; внедрять методы формирования цен на товары (услуги) организации; проводить последовательные действия по разработке политики ценообразования и конкурентных ценовых стратегий; внедрять системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации; совершенствовать политику ценообразования.	Владеет: - способностью разрабатывать ценовую политику в организации; - методами формирования стратегии цен на товары (услуги) организации; - способами внедрения сформированных цен на товары (услуги) организации; - способами разработки политики ценообразования и конкурентных ценовых стратегий; - приемами стимулирования продаж товаров (услуг) организации.

### 3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-2.1	ПК-2.2	ПК-2.3
1	Цена в системе хозяйственного механизма. Система цен	ПК-2	Тестирование №1 (10)	Доклад, сообщение/Реферат №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
2	Ценообразующие факторы. Государственное регулирование цен.	ПК-2	Тестирование №2 (10)	Доклад, сообщение/Реферат №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
3	Издержки производства	ПК-2	Тестирование №3 (10)	Доклад, сообщение/Реферат №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
4	Методы прогнозирования и определения цен	ПК-2	Тестирование №4 (10)	Доклад, сообщение/Реферат №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
5	Отражение в ценах издержек производства и чистого дохода	ПК-2	Тестирование №4 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
6	Ценовая политика предприятия.	ПК-2	Конспект №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2 (20)
7	Производство и ценообразование в различных рыночных структурах	ПК-2	Конспект №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-2.1	ПК-2.2	ПК-2.3
8	Цены и ценовая политика во внешнеэкономической деятельности предприятия	ПК-2	Конспект №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2 (20)
<b>Количество баллов (100 баллов):</b>			100		

<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа</b>	
<p><b>Тема 1: Цена в системе хозяйственного механизма. Система цен</b>            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><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>            Цена в системе хозяйственного механизма. Система цен.</p> <p><b>Лабораторная работа: -</b></p>	
<p><b>Тема 2: Ценообразующие факторы. Государственное регулирование цен.</b>            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><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>            Ценообразующие факторы. Государственное регулирование цен.</p> <p><b>Лабораторная работа: -</b></p>	
<p><b>Тема 3: Издержки производства</b>            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><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>            Издержки производства</p> <p><b>Лабораторная работа: -</b></p>	
<p><b>Тема 4: Методы прогнозирования и определения цен</b>            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><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>            Методы прогнозирования и определения цен.</p> <p><b>Лабораторная работа: -</b></p>	
<p><b>Тема 5: Отражение в ценах издержек производства и чистого дохода</b></p>	

<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа</b>
<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><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Отражение в ценах издержек производства и чистого дохода.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 6:</b> Ценовая политика предприятия. 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><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Ценовая политика предприятия.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 7:</b> Производство и ценообразование в различных рыночных структурах 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><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Производство и ценообразование в различных рыночных структурах.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 8:</b> Цены и ценовая политика во внешнеэкономической деятельности предприятия 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><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Цены и ценовая политика во внешнеэкономической деятельности предприятия.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Курсовая работа:</b> не предусмотрено учебным планом</p>

### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 2
Аудиторные занятия (АЗ):	36	36
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	18	18
Самостоятельная работа студента (СР)	41	41
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	41	41
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
Контактная работа (КоР)	40	40
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	27	27
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

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

38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) "Стратегический маркетинг"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.02 Ценообразование в менеджменте

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

№	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	2	2	2	0	5	2
2	Ценообразующие факторы. Государственное регулирование цен.	2	2	2	0	5	2
3	Издержки производства	2	4	4	0	5	4
4	Методы прогнозирования и определения цен	2	2	2	0	5	2
5	Отражение в ценах издержек производства и чистого дохода	2	2	2	0	5	2
6	Ценовая политика предприятия.	2	2	2	0	5	2
7	Производство и ценообразование в различных рыночных структурах	2	2	2	0	5	2
8	Цены и ценовая политика во внешнеэкономической деятельности предприятия	2	2	2	0	6	2
Итого:			18	18	0	41	18

\* 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 3
Аудиторные занятия (АЗ):	8	8
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	4	4
Самостоятельная работа студента (СР)	87	87
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	87	87
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
Контактная работа (КоР)	12	12
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	9	9
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

\* Подготовка к аудиторным занятиям

№	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	3	0	0	0	10	2
2	Ценообразующие факторы. Государственное регулирование цен.	3	0	0	0	10	2
3	Издержки производства	3	0	0	0	10	4
4	Методы прогнозирования и определения цен	3	0	0	0	10	2
5	Отражение в ценах издержек производства и чистого дохода	3	2	2	0	10	2
6	Ценовая политика предприятия.	3	0	0	0	10	2
7	Производство и ценообразование в различных рыночных структурах	3	2	0	0	10	2
8	Цены и ценовая политика во внешнеэкономической деятельности предприятия	3	0	2	0	17	2
Итого:			4	4	0	87	18

\* 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

38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) "Стратегический маркетинг"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.02 Ценообразование в менеджменте

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 3
Аудиторные занятия (АЗ):	36	36
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	18	18
Самостоятельная работа студента (СР)	43	43
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	43	43
Контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2
Контактная работа (КоР)	38	38
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	27	27
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	3	2	2	0	5	2
2	Ценообразующие факторы. Государственное регулирование цен.	3	2	2	0	5	2
3	Издержки производства	3	4	4	0	5	4
4	Методы прогнозирования и определения цен	3	2	2	0	5	2
5	Отражение в ценах издержек производства и чистого дохода	3	2	2	0	5	2
6	Ценовая политика предприятия.	3	2	2	0	5	2
7	Производство и ценообразование в различных рыночных структурах	3	2	2	0	5	2
8	Цены и ценовая политика во внешнеэкономической деятельности предприятия	3	2	2	0	8	2
Итого:			18	18	0	43	18

\* 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 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>

2. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ 4-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Липсиц И. В. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2022 г. - 334 с. - ISBN 978-5-534-15429-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/cenoobrazovanie-506813>

3. КОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ: ДОХОДЫ И РАСХОДЫ, ФИНАНСОВЫЙ

**РЕЗУЛЬТАТ.** Учебное пособие для вузов / Дорман В. Н. ; под науч. ред. Кельчевской Н.Р. - Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург)., 2022 г. - 108 с. - ISBN 978-5-534-08386-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/kommercheskaya-organizaciya-dohody-i-rashody-finansovyy-rezultat-492186>

*Дополнительная литература:*

1. **КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННОЙ ФИРМЫ.** Учебник и практикум для вузов / Розанова Н. М. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва)., 2022 г. - 343 с. - ISBN 978-5-534-05140-7 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/konkurentnye-strategii-sovremennoy-firmy-490362>

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. **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ.** Учебник для вузов / Лузина Т. В., Решетникова С. С. - Тюменский государственный университет (г. Тюмень)., 2022 г. - 278 с. - ISBN 978-5-534-07444-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/cenoobrazovanie-vo-vneshney-torgovle-494304>

**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](http://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](http://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](http://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. Экономический портал [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://institutiones.com>. - Текст: электронный

9. Молодежный Союз Экономистов и Финансистов [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.msef.ru>. - Текст: электронный

10. [HR-tv.ru](http://hr-tv.ru) [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим



доступа: <https://thehrd.ru/>. - Текст: электронный

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

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

13. Экономика. Социология. Менеджмент: федеральный образовательный портал: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>. - Текст: электронный

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

15. Министерство промышленности и торговли Российской Федерации: профессиональная база данных . - Режим доступа: <http://minpromtorg.gov.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](http://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](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета [imeos.ru](http://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

### Тестирование №1

1. Какое определение цены наиболее верно в современных условиях хозяйствования:

- Цена – это количество денег, других товаров и услуг, величина процента, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги
- Цена – количество денег, за которое продавец согласен купить, а покупатель готов продать единицу товара или услуги
- Цена – денежное выражение стоимости товара

2. Максимизация массы прибыли:

- Задача государственной ценовой политики
- Задача ценовой стратегии фирмы
- Задача ценовой политики фирмы

3. Какая функция цены исторически наиболее древняя:

- Функция балансировки спроса и предложения
- Функция стимулирования научно-технического прогресса
- Учетно-измерительная функция

4. В чем главное различие понятий «оптовые» и «розничные» цены:

- В категории покупателя, ради которого организована продажа
- В размере партии продажи товара
- В наличии (отсутствии) розничной торговой организации

5. Какое определение следует употребить в качестве синонима «контрактная цена»:

- Цена фактической сделки
- Цена равновесия
- Договорная цена

6. По какому товару понятия «цена изготовителя» и «оптовая цена закупки (приобретения)» совпадают:

- Нефть

б) Запасные части для заказной продукции

в) Уголь

7. Какие задачи призваны решать закупочные цены:

а) Обеспечение необходимой прибыли сельскохозяйственным производителям

б) Ограничение власти предприятий-монополистов

в) Задачи государственной политики

8. С какой целью государство устанавливает нижний предел цены:

а) В фискальных целях

б) Для обеспечения необходимой прибыли предприятия

в) Для решения социальных вопросов

9. По какому товару продавец и покупатель скорее всего договорятся на условиях цены франко-отправления:

а) Нефть трубопроводом

б) Газ трубопроводом

в) Уголь

10. В структуру цены какого типа продукции государство в первую очередь включит акциз:

а) С абсолютно не эластичным спросом

б) С неэластичным спросом

в) С эластичным спросом

11. В какую сторону цена может отклоняться от стоимости:

а) Цена может быть выше или ниже стоимости

б) Цена всегда равна стоимости

в) Цена не может отклоняться от стоимости ни при каких условиях

12. В России стратегия монополистического ценообразования:

а) Разрешается

б) Запрещена законом

в) Законом не запрещена

13. Верхняя граница цены определяется:

а) Спросом

б) Суммой внешних и внутренних затрат

в) Затратами и максимальной прибылью

14. Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами функции:

а) Стимулирующей

б) Распределительной

в) Регулирующей

15. Марки производителей сообщают:

а) О названии производителя

б) Данные массовых товаров

в) О названии оптовой или розничной сбытовой фирмы

16. Марки дилеров сообщают:

а) Название производителя

б) Название оптовой или розничной сбытовой фирмы

в) Данные массовых товаров

17. Общие марки содержат:

а) Название производителя

б) Название оптовой или розничной сбытовой фирмы

в) Данные массовых товаров

18. Средство или комплекс средств по обеспечению защиты продукции и окружающей среды от повреждений и потерь, а также для облегчения процесса товародвижения:

а) Ёмкость

б) Упаковка

в) Тара

19. Элемент упаковки, содержащей подробные инструкции по сложной продукцией и предостережения по технике безопасности:

а) Этикетка

б) Тара

в) Вкладыш

20. Цену, по которой количество имеющегося на рынке товара равно количеству товара, пользующегося спросом, называют:

а) Розничная

б) Равновесной

в) Оптовая

## Тестирование №2

1. Косвенные методы регулирования цен

**установление предельного норматива рентабельности**

**изменение акцизной ставки**

установление паритетных цен

введение рекомендательных цен по важнейшим видам продукции

2. Политика фиксированных цен заключается в продаже товара по ценам ...

**утверждённым руководством компании**

ниже себестоимости

определяемым торговым посредником

3. Регулирование государством цен посредством установления условий ценообразования осуществляется в формах ...

установления государственных преysкурантных цен

установления максимального уровня разового повышения цен

замораживания цен

**государственного контроля за монопольными ценами**

4. Декларирование цен – это ...

вид ценовой стратегии

**форма государственного контроля за ценами на продукцию предприятий-монополистов**

форма ценовой конкуренции

5. Формы ограничения степени самостоятельности предприятий со стороны государства при свободных ценах:

фиксирование предельного уровня цен

**запрет на горизонтальное фиксирование цен**

**запрещение демпинга**

замораживание рыночных цен

6. Воздействовать на динамику цен в рыночной экономике государство ...

не способно

**имеет возможность**

не имеет возможность

7. Государственное регулирование ценообразования отсутствует на ...

**одежду и обувь**

хлеб и хлебобулочные изделия

топливо твердое, реализуемое населению

тарифы на городские виды транспорта

8. Государство устанавливает нижний лимит цен для ...

**решения социальных вопросов**

обеспечения необходимой прибыли предприятия

стимулирования научно-технического прогресса

фискальных целей

9. Государственное регулирование цен наиболее развито и распространено в ...

планово-централизованной системе управления экономикой

чисто рыночной системе управления экономикой

**смешанной системе управления экономикой**

10. Страны, элементы национальных ценовых систем которых нашли применение в

**Германии**

**Франции**

Италии

Японии

11. В России отсутствовали свободные рыночные цены в ... века.

начале XX

конце XX

**середине XX**

12. Органами исполнительной власти субъектов РФ регулируются цены на ...

драгоценные металлы

перевозку грузов железнодорожным транспортом

протезно – ортопедические изделия

**оплату населением жилья и коммунальных услуг**

**ритуальные услуги**

13. Регулирование цен со стороны государства в условиях рыночной экономики ...

не осуществляются

**необходимо на ограниченный круг товаров**

желательно только на предметы потребления

необходимо только на продукты питания

14. В России стратегия монополистического ценообразования ...

разрешается

**запрещена законом**

запрещена этикой рынка

законом не запрещена

15. Регулирование цен на продукцию предприятий — монополистов может осуществляться в форме применения ... цен.

скользящих

**предельных**

прейскурантных

сезонных

16. Регулируемая система цен в основном применяется ...

**в отраслях с естественной монополией**

на рынках средств производства

на потребительском рынке

на мировом рынке

**Тестирование №3**

1. СТОИМОСТЬ ВСЕХ ВИДОВ РЕСУРСОВ, ЗАТРАЧЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЕМ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРА, НАЗЫВАЕТСЯ

а) основной капитал

б) амортизация

в) издержки производства

## 2. ПОСТОЯННЫЕ ИЗДЕРЖКИ

а) не зависят от изменения цен на ресурсы

б) не зависят от объема выпускаемой продукции

в) постоянно растут вместе с ростом объема производства

г) постоянно сокращаются в связи с внедрением научно-технического прогресса

## 3. ПЕРЕМЕННЫЕ ИЗДЕРЖКИ

а) издержки, величина которых изменяется вместе с изменением объема производства

б) издержки, изменяющиеся в связи с изменением цен на ресурсы

в) периодически возникающие виды затрат

## 4. ЕСЛИ ЦЕНА МЕНЬШЕ СРЕДНИХ ИЗДЕРЖЕК

а) фирма будет получать прибыль

б) фирма будет нести убыток

в) прибыль будет равна нулю

## 5. ОБЩАЯ ПРИБЫЛЬ РАВНА

а) **общий доход минус общие издержки**

б) постоянные издержки минус переменные издержки

в) общий доход минус налог на прибыль

г) общий доход минус средние издержки

е) общему доходу

## 6. К ОСНОВНОМУ КАПИТАЛУ ОТНОСИТСЯ

а) стоимость сырья, материалов, электроэнергии

б) стоимость станков, машин, оборудования

в) стоимость зданий и сооружений

г) стоимость рабочей силы

д) ценные бумаги

е) денежный капитал

## 7. К ИЗДЕРЖКАМ ОБРАЩЕНИЯ ОТНОСЯТСЯ

а) затраты предприятия на производство товара

б) затраты на оплату труда работников магазина

в) затраты больницы на оплату труда медицинского персонала

г) затраты на рекламу

д) затраты фабрики на покупку сырья и оборудования

е) затраты оптовой базы на приобретение складского оборудования

## 8. В КАКИХ СЛУЧАЯХ БУДЕТ НАБЛЮДАТЬСЯ МОРАЛЬНЫЙ ИЗНОС ОСНОВНОГО КАПИТАЛА 1 РОДА

а) испортился монитор компьютера

б) вышел из строя аппарат УЗИ

в) в продаже появилось более дешевое оборудование, чем аналогичное, имеющееся в клинике

г) в продаже появилось оборудование, позволяющее производить

больше обследований в единицу времени, чем имеющееся в клинике

д) в продаже появилось диагностическое оборудование, позволяющее

производить новые виды анализов

**9. ПРИ ОБОСТРЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ В ОТРАСЛИ (БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО ФИРМ, ПАДЕНИЕ НОРМЫ ПРИБЫЛИ) РАЦИОНАЛЬНЫМ ПОВЕДЕНИЕМ БУДЕТ**

- а) использование методов ценовой и неценовой конкуренции
- б) использование методов недобросовестной конкуренции
- в) переход в другую, более доходную отрасль
- г) закрытие предприятия, уход из бизнеса

**10. Для открытия медицинского центра предприниматель приобрел:**

- здание стоимостью 30 млн. руб. (предстоящий срок службы 30 лет)
- оборудование стоимостью 20 млн. руб. (предстоящий срок эксплуатации 6 лет)
- расходы на медикаменты и другие материальные затраты составят 10 млн. в год
- заработная плата персонала на год планируется в размере 12 млн. руб.
- затраты на рекламу 0,3 млн. руб. в год
- доход от сдачи в аренду части помещения составит 0,5 млн. руб. в год.

Найти:

- 1. Основной капитал
- 2.оборотный капитал
- 3. Годовую амортизацию основного капитала
- 4. Общие годовые издержки
- 5. Средние издержки, если будет производиться 2000 операций в год
- 6. Установить цену одной операции
- 7. Найти общий годовой доход
- 8. Общую прибыль за год
- 9. Чистую прибыль

**11. Вставьте пропущенные слова:**

« Чтобы уменьшить \_\_\_\_\_ издержки, необходимо увеличить \_\_\_\_\_ издержки»

**12. КРИЗИС ФИРМЫ – ЭТО СИТУАЦИЯ, КОГДА**

- а) общий доход меньше общих издержек
- б) общие издержки меньше общего дохода
- в) цена ниже средних издержек
- г) цена выше средних издержек

**Тестирование №4**

Если AVC сокращаются по мере роста объема производства, то:

Варианты ответа:

- а) MC должны быть ниже, чем AVC
- б) MC также должны сокращаться
- в) ATC должны быть ниже, чем AVC
- г) TFC также должны сокращаться
- д) TC также должны сокращаться

Если фирма увеличивает затраты на ресурсы на 10%, а объем производства возрастает при этом на 15%, то в этом случае:

- а) наблюдается отрицательный эффект масштаба

- б) действует закон убывающей производительности
- в) фирма получает максимальную прибыль
- г) наблюдается положительный эффект масштаба
- д) кривая LАТС сдвигается вверх

Какое из следующих утверждений, характеризующих связь между TR, AP и MP, является неверным:

- а) TR снижается, если  $MP < 0$
- б) AP продолжает расти до тех пор, пока увеличивается MP
- в) TR достигает максимального уровня, когда  $MP = 0$
- г)  $MP = AP$  при максимальном уровне AP
- д) AP достигает максимального уровня до того, как TR становится максимальным

Взаимосвязь между всеми возможными вариантами сочетаний факторов производства и объемом выпускаемой продукции выражается при помощи:

- а) производственной функции
- б) кривой общего объема выпуска продукта
- в) эластичности предложения
- г) кривой общих затрат
- д) кривой производственных возможностей

Какое из следующих утверждений, относящихся к кривой краткосрочных предельных издержек, является неверным:

- а) предельные издержки равны средним издержкам, когда средние издержки принимают минимальное значение
- б) на величину предельных издержек не влияет изменение цен на факторы производства
- в) предельные издержки не зависят от постоянных издержек
- г) когда средние издержки сокращаются, предельные издержки оказываются меньше средних издержек
- д) предельные издержки больше средних издержек в том случае, когда объем выпускаемой продукции больше оптимального

Любая точка, находящаяся либо на изокванте, либо на изокосте, означает:

- а) сумму издержек
- б) сумму переменных издержек
- в) комбинацию физических объемов ресурсов
- г) количество производимого продукта
- д) объем продукта в денежном выражении

В краткосрочном периоде фирма, максимизирующая прибыль, прекратит производство, если окажется, что:

- а) общий доход меньше общих переменных издержек
- б) нормальная прибыль ниже среднеотраслевой
- в) общий доход меньше общих издержек
- г) средние переменные издержки меньше, чем цена
- д) цена меньше минимальных средних общих издержек



При каких условиях действует закон убывающей производительности фактора производства: а) другие факторы производства остаются постоянными; б) уровень технологии не изменяется; в) все единицы переменного фактора являются однородными. Выберите один из следующих вариантов ответа:

- а) 1-й, 2-й и 3-й правильные
- б) только 2-й и 3-й правильные
- в) только 1-й правильный]
- г) только 1-й и 2-й правильные
- д) только 3-й правильный

Какое из следующих выражений представляет собой общие издержки:

- а)  $TVC - TFC$
- б)  $(TFC + TV : Q$
- в)  $TFC + TVC + MC$
- г)  $\Delta MC$
- д)  $TFC + TVC$

Какая из следующих кривых никогда не принимает U-образной формы:

- а)  $MC$
- б)  $LATC$
- в)  $ATC$
- г)  $AFC$
- д)  $AVC$

Какие из следующих видов издержек не принимаются во внимание при выработке решений об оптимальном объеме производства фирмы:

- а) предельные издержки
- б) средние постоянные издержки
- в) неявные издержки
- г) бухгалтерские издержки
- д) средние переменные издержки

Какое из следующих утверждений является правильным:

- а) явные издержки + неявные издержки = бухгалтерские издержки
- б) бухгалтерские издержки + экономические издержки = нормальная прибыль
- в) экономическая прибыль – неявные издержки = бухгалтерская прибыль
- г) экономическая прибыль – бухгалтерская прибыль = явные издержки
- д) бухгалтерская прибыль – неявные издержки = экономическая прибыль

Средние общие издержки производства продукции достигают минимальной величины при том объеме продукции, когда:

- а) ни один из ответов не является верным
- б)  $MC = ATC$
- в)  $MC = AVC$

г)  $AVC = TFC$

д) прибыль будет максимальной

Изокванта иллюстрирует:

а) кривую среднего продукта

б) кривую предельного продукта

в) различные объемы продукта, которые можно произвести при заданных количествах ресурсов

г) кривую общего объема продукта

д) производственную функцию

Издержки в экономическом смысле слова (экономические издержки):

а) включают в себя неявные издержки, но не включают явные

б) не включают в себя ни явные, ни неявные издержки

в) превышают явные и неявные издержки на величину нормальной прибыли

г) включают в себя явные и неявные издержки, в том числе нормальную прибыль

д) включают в себя явные издержки, но не включают неявные

### **Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1**

«Неукротимый» бензин

В январе потребительские цены на бензин по всей стране примерно в 2,5 раза превышали цены производителей, подсчитали в Росстате, но основной их рост пришелся на апрель и май 2018 г. Цены производителей падают с ноября. Средние потребительские цены на бензин в России с января 2020 по январь 2021 г. увеличились на 9,8 %. Об этом свидетельствуют данные Росстата. Сильнее всего подорожал автомобильный бензин марки АИ-95 (+9,9 %) и дизельное топливо (+15,1 %).

Отдельно в январе цены поднялись на 0,8 %, до 44,16 руб. за литр, по сравнению с предыдущим месяцем. Служба госстатистики подчеркивает, что в прошлом месяце потребительские цены на автомобильное топливо выросли в 70 субъектах страны. Наиболее ощутимо это было в Чукотском автономном округе, Тверской и Астраханской областях (плюс 1,8 %). В десяти других субъектах статистики, напротив, зафиксировали спад, самое большое падение цен произошло в Республике Тыва (минус 3,1 %). В Москве и Санкт-Петербурге бензин подорожал на 0,5—0,6 %. Одновременно с этим снизились в январе на 19,1 % цены производителей на бензин. Это произошло почти во всех российских регионах, которые занимаются производством автомобильного бензина. Вилка оказалась широкой: от 0,2 % в Якутии до 31,6 % в Рязанской области. Таким образом, потребительские цены на бензин в среднем по стране превышали цены производителей в 2,5 раза.

По данным Росстата, основной рост потребительских цен на бензин пришелся на апрель — май 2020 г. Индекс потребительских цен за этот период увеличился на примерно 10 % (к декабрю 2019 г.) и держался на такой отметке до конца года. 31 мая 2019 г. правительство приняло решение снизить акцизы на бензин и дизель и далее не повышать их. Это было сделано для стабилизации розничных цен.

Индекс цен производителей начал расти еще с марта и к маю — июню достигал показателей более 120 % (по отношению к ценам декабря 2019 г.). Еще один всплеск пришелся на октябрь — ноябрь — за 130 %, затем цены производителей пошли вниз и в январе 2020 г. составили 90 % от декабря 2019 г. В ноябре прошлого года после резкого роста цен на топливо, который пришелся на конец весны — начало лета, правительство после продолжительной дискуссии договорилось с нефтяниками о заморозке цены на бензин до конца года. Стороны подписали соглашение,

которое подразумевает «солидарную ответственность» для всех российских нефтяных компаний и фиксирует рекомендации, которые ранее давало правительство.

В кулуарах прошедшего в середине февраля в Сочи Российского инвестиционного форума курирующий топливно-энергетический комплекс вице-премьер Дмитрий Козак заявил, что цены на бензин в России попросту не могут снижаться из-за рыночных механизмов. Он отметил, что удешевление, которое произошло в некоторых регионах, — это скорее временное явление.

*Вопросы для обсуждения*

1. Какие факторы влияют на изменение цен бензина производителей и продавцов?
2. О каких «рыночных механизмах» говорит вице-премьер Дмитрий Козак?

### **Конспект №1**

1. Совершенная и несовершенная конкуренция: сущность, особенности ценообразования, степень влияния на цены.
2. Чистая (совершенная) конкуренция: сущность, взаимодействие отдельных потребителей и производителей, условия максимизации прибыли.
3. Чистая монополия: сущность, экономические последствия, монопольное ценообразование, ценовая дискриминация.
4. Монополистическая конкуренция: сущность, особенности ценообразования. Олигополия: понятие, причины существования, сущность ценообразования.

Подготовить самостоятельно конспект по предложенным вопросам

### **Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2**

#### **КЕЙС «ЦЕНОВЫЕ ЭКСПЕРИМЕНТЫ»**

Немецкий производитель дорогих мобильных телефонов проводит ценовые эксперименты с различными ценами на реальных рынках разных регионов. Обычная цена составляла 1200 евро при затратах компании в 300 евро. По данной цене телефон приобретали 24 % покупателей. Чтобы выяснить реакцию на цену и целесообразность ее снижения, компания провела эксперимент с тремя уровнями цен в разных регионах на протяжении трех месяцев. Регионы выбраны с учетом того, чтобы они представляли рынок в целом и были сопоставимы друг с другом.

В регионе «А» цена оставалась 1200 евро, но при этом продажи возросли до 26 %. Очевидно, что этот рост не связан с ценой, а объясняется другими факторами.

В регионе «Б» снижение цены на 25 % дало чистый прирост продаж в 15 пунктов по сравнению с регионом «А» ( $41 - 26 = 15$ ), что при делении 15 на 26 составляет 57,6 %.

В регионе «В» самая низкая цена – 600 евро, это 50 % от цены в регионе «А», она обеспечила чистый прирост в 19 пунктов ( $45 - 26 = 19$ ), или 73,1 %. Можно посчитать эластичность по цене в этом регионе, которая равна 1,46 ( $73,1 : 50 = 1,46$  %). Поскольку многие покупатели представляли себе ценовой порог в 1000 евро, то дополнительное снижение цены с 900 до 600 евро не привлекло еще большего числа новых покупателей.

31

Результаты эксперимента: при продажной цене 900 евро прибыль компании выше, чем при цене 1200 евро, но дальнейшее снижение цены означало бы потерю почти половины потенциальной прибыли. Поэтому компания решила продавать мобильный телефон по цене 970 евро – несколько ниже покупательского порога в 1000 евро.

### **Вопросы и задания**

1. Почему результаты в двух случаях сравниваются с регионом «А»?
2. Какое значение для проведения эксперимента и принятия ценовых решений имеет показатель эластичности по цене в регионе «В»?
3. Почему невозможно снижение цены до 600 евро? Обоснуйте решение руководства компании.
4. Объясните, в чем преимущество ценовых экспериментов, проводимых руководством

### **Доклад, сообщение/Реферат №1**

1. Организация общественного производства и производственные отношения.
2. Хозяйственный механизм в системе производственных отношений.
3. Содержание, структура, функции и модели хозяйственного механизма.
4. Типы экономических систем.
5. Современная рыночная экономика и ее характеристика.
6. Место и роль цен и ценообразование в хозяйственном механизме.
7. Взаимосвязь ценообразования с управлением, финансовой и кредитными системами и другими экономическими инструментами хозяйственного механизма.
8. Концепции цены. Состав, структура и уровень цен, сущность, основные тенденции и определяющие их факторы.
9. Понятие системы цен. Виды цен. Их особенности и взаимосвязь.
10. Необходимость дифференциации цен.
11. Соотношения отдельных видов цен, границы относительной самостоятельности цен.

### **9.2. Примерный перечень тем курсовой работы**

Не предусмотрено учебным планом

### **9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: экзамен**

#### **Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену ( Вопрос № 1)**

- 1. Цена как экономическая категория.
- 2. Классификация цен.
- 3. Функции цены в рыночной экономике.
- 4. Система цен в экономике.
- 5. Состав и структура оптовой цены предприятия.
- 6. Состав и структура отпускной цены промышленности.
- 7. Состав и структура розничной цены.
- 8. Ценовая политика фирмы. Задачи ценовой политики фирмы.
- 9. Классификация факторов, влияющих на принятие решения об установлении цены.
- 10. Особенности установления цены при выходе фирмы на новый рынок.
- 11. Ценовая стратегия при введении на рынок нового товара.
- 12. Стратегия ценообразования при защите позиций на рынке.
- 13. Ценообразование при последовательном проходе по сегментам рынка.
- 14. Ценовая политика фирмы при использовании стратегий быстрого и удовлетворительного возмещения затрат.
- 15. Стимулирование комплексных продаж.
- 16. Методология ценообразования. Основные принципы ценообразования.
- 17. Затратное ценообразование: достоинства и недостатки.
- 18. Административный метод установления цен. Приемы установления цен.
- 19. Установление цен в условиях совершенной конкуренции.
- 20. Ценообразование в условиях монополии, имеющей целью максимизацию прибыли.
- 21. Установление цен в случае максимизации валового дохода монополистом.
- 22. Ценообразование по системе двойного тарифа.
- 23. Ценообразование по принципу «издержки плюс».

- 24. Понятие мировой цены. Источники информации о мировых ценах.
- 25. Алгоритм расчета экспортной цены.
- 26. Расчет импортной цены.
- 27. Ценовые поправки.
- 28. Виды ценовых скидок.
- 29. Цели и задачи государственного регулирования цен.
- 30. Методы государственного регулирования цен.
- 31. Товарный и валютный демпинг.
- 32. Сущность контрактной цены.
- 33. Виды контрактных цен.
- 34. Расчет скользящей цены. Область применения скользящих цен.
- 35. Цена на лицензию и «ноу-хау». Роялти и паушальные платежи.
- 36. Трансфертная цена. Область применения трансфертных цен.
- 37. Цена потребления. Ее роль в принятии решения о покупке.
- 38. Разработка ценового прогноза методом экстраполяции.
- 39. Методы экспертных оценок в прогнозировании цен.
- 40. Разработка ценового прогноза с помощью экономико-математических методов.

### **Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену ( Вопрос № 2)**

- 1. Цена в трудовой теории стоимости.
- 2. Цена в теории предельной полезности.
- 3. Развернутая теория цены.
- 4. Понятие цены с позиции производителя и потребителя.
- 5. Функции цены.
- 6. Состав и структура цены.
- 7. Методы ценообразования.
- 8. Принципы ценообразования.
- 9. Система цен.
- 10. Классификация цен в зависимости от обслуживаемой ими сферы товарного обращения.
- 11. Классификация цен в зависимости от территории действия.
- 12. Классификация цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов по доставке грузов.
- 13. Классификация цен по степени свободы цен от воздействия государства при их определении.
- 14. Классификация цен в зависимости от степени новизны товара.
- 15. Цены используемые в учете и статистике.
- 16. Уровень цен и исчисление средней цены.
- 17. Формы индексной оценки динамики цен.
- 18. Особенности рыночного ценообразования.
- 19. Ценовая и неценовая конкуренция.
- 20. Современные условия ценообразования.
- 21. Факторы ценообразования. Внутренние факторы.
- 22. Факторы ценообразования. Внешние факторы.
- 23. Прямое государственное регулирование цен.
- 24. Косвенное государственное регулирование цен.
- 25. Этапы ценообразования. Выбор цели.
- 26. Этапы ценообразования. Определение спроса.
- 27. Этапы ценообразования. Анализ издержек.

- 28. Этапы ценообразования. Анализ цен конкурентов.
- 29. Этапы ценообразования. Выбор метода ценообразования и установление окончательной цены.
- 30. Предельные цены. Избыток и дефицит. Излишек потребителя и производителя.
- 31. Фактор издержек в ценообразовании. Постоянные, переменные и совокупные издержки.
- 32. Фактор издержек в ценообразовании. Средние и предельные издержки.
- 33. Рынок совершенной конкуренции. Максимизация прибыли в краткосрочном периоде: два подхода.
- 34. Диверсификация цен.
- 35. Затратные методы ценообразования. Метод полных издержек.
- 36. Затратные методы ценообразования. Метод маржинальных затрат.
- 37. Затратные методы ценообразования. Метод рентабельности инвестиций.
- 38. Затратные методы ценообразования. Расчет цены на основе анализа безубыточности.
- 39. Тендерное ценообразование.

### Примерный перечень практических заданий к экзамену ( Вопрос № 3)

#### Задача 1

Определите свободную розничную цену изделия, составьте структуру свободной розничной цены, если известны следующие данные: себестоимость изделия – 800 руб., НДС – 18 % к отпускной цене без НДС, отпускная цена предприятия (с НДС) – 1180 руб., оптовая надбавка – 10 % к отпускной цене предприятия, торговая надбавка – 20 % к отпускной цене промышленности.

#### Задача 2

Составьте плановую калькуляцию себестоимости изделия, определите отпускную цену предприятия, если известны следующие данные.

1. Затраты на производство данного изделия:

сырье и основные материалы – 200 руб.,

топливо и электроэнергия на технологические цели – 30 руб.,

основная заработная плата производственных рабочих – 60 руб.,

дополнительная заработная плата производственных рабочих – 10 % к основной зарплате производственных рабочих;

единый социальный налог – 26 % всей суммы основной и дополнительной заработной платы производственных рабочих;

расходы по содержанию и эксплуатации оборудования – 150 % основной заработной платы производственных рабочих;

цеховые расходы – 65 % основной заработной платы производственных рабочих;

общезаводские расходы – 86 % основной заработной платы производственных рабочих;

Внепроизводственные расходы – 1,5 % производственной себестоимости.

2. Рентабельность производства изделия – 25 %.

3. Ставка акциза – 15 % отпускной цены производителя.

4. НДС – 18 % к свободной отпускной цене без НДС.

#### Задача 3

Используя данные, приведенные в таблице, постройте графики спроса и предложения, определите равновесную цену. Рассчитайте общую выручку и расходы покупателя, эластичность спроса и предложения.

Цена P, руб.	Спрос Q, тыс. шт.	Предложение Q, тыс. шт.
--------------	-------------------	-------------------------

5	10	–
4	20	–
3,5	–	40
3	30	30
2,5	40	20
2	–	10

**Задача 4**

Предприятие изготавливает настольно – сверлильные станки и реализует их по цене 7000 р. за штуку, при этом удельные переменные затраты на единицу продукции составляют 2500 р., сумма ежемесячных постоянных затрат равна 112500 р. При каком объеме выпуска предприятие достигнет точки безубыточности?

**Задача 5**

Обувная фирма заключила договор с оптовой базой на поставку партии женских сапог по цене 2500 р. за пару, включив в договор поставки оговорку о повышении цены в случае увеличения издержек на материалы и заработную плату. Определите повышение цены, % за время, прошедшее с момента подписания договора до фактической их поставки. Известно, что за этот период при изготовлении одной пары сапог стоимость материалов увеличилась от 600 до 800 р., размер заработной платы основных рабочих – от 80 до 100 р.

Необходимо учесть, что при определении цены доля материалов составляет 60 % от цены, доля заработной платы – 20 % от цены.

**Задача 6**

Используя метод балловых оценок, определите розничную цену фенов «Philips» и «Scarlett», если для расчета себестоимости одного балла был принят фен «Philips», себестоимость которого 300 р. Балловая оценка параметров фенов указанных марок, представлена в табл. 1.

Таблица 1

Марка	Долговечность	Надежность	Дизайн	Сумма баллов
«Philips»	42	20	28	90
«Scarlett»	40	25	31	96

Уровень рентабельности фена «Philips» составляет 25 % себестоимости, «Scarlett» – 30 % себестоимости; НДС – 18 %; торговая надбавка – 15 %.

**Задача 7**

Определите регулируемый тариф и плату за провоз по системе двухставочного тарифа на провоз по железной дороге 50 т груза на расстояние 80 км на 2003 г. и 2005 г.

Исходные данные 2003 г.: затраты на начально-конечные операции (10 т) – 1700 р., затраты на передвижение (на 10 т/км) – 45 р., предельный уровень рентабельности перевозок груза – 35 %.

Предельные коэффициенты повышения тарифа: с 1 января 2004 г. – 1,3 (по сравнению с 2003 г.), с 1 января 2005 г. – 1,2 (к ранее установленным государственным регулируемым тарифам). НДС в 2003 г. – 20 %, в 2005 г. – 18 %.

**Задача 8**

Определите годовой план прибыли по фабрике ремонта и пошива одежды, если известны: Выручка от реализации услуг по пошиву одежды за 1-е полугодие.

Прибыль от реализации услуг по пошиву одежды за 1-е полугодие.  
 Выручка от реализации услуг по ремонту одежды за 1-е полугодие.  
 Прибыль от реализации услуг по ремонту одежды за 1-е полугодие.  
 Плановый объем услуг по пошиву и ремонту одежды на год.

### Исходные данные для расчета

Выручка от реализации, тыс. руб.		Прибыль от реализации, тыс. руб.		Плановый V услуг, тыс. руб.	
пошив	ремонт	пошив	ремонт	пошив	ремонт
2012,5	235,2	332,5	31,1	3512,5	502,3

где  $\Sigma V$  – общий объем реализации услуг;  $V_1$  – выручка от реализации по пошиву одежды;  
 $V_2$  – выручка от реализации по ремонту одежды;

где  $\Sigma P$  – общая прибыль;  $P_1$  – прибыль от пошива одежды;  $P_2$  – прибыль от ремонта одежды;

где С – себестоимость;

где Р – рентабельность.

### Задача 9

Предприятие планирует иметь рентабельность продаж в размере 30 %, при этом сумма его затрат равна 800 000 р., а сумма текущих активов 500 000 р. Определите рентабельность капитала.

### Задача 10

Предприятие предполагает увеличить объем производства продукции, так как имеет свободные производственные мощности.

Определите, используя метод предельных издержек:

- минимальную цену на дополнительно выпускаемую продукцию;
- цену изделия в дополнительном выпуске при сохранении уровня рентабельности;
- уровень рентабельности дополнительного выпуска при фактической цене;
- как отразится на выручке от продажи и прибыли предприятия расширение объемов производства.

В настоящее время предприятие выпускает 1000 изделий, планирует увеличить выпуск на 30 %, данные о затратах и цене представлены в таблице.

Таблица

### Калькуляция цены выпускаемого изделия



38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) "Стратегический маркетинг"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.02 Ценообразование в менеджменте

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Показатели	В расчете на единицу изделия, руб.
Прямые затраты на материал	44
Прямые затраты на оплату труда	35
Отчисления на социальные нужды	13,5
Прочие прямые расходы	30
Переменные косвенные расходы	24,5
Постоянные затраты	23
Полные затраты	170
Прибыль	30
Цена	200

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №1 Теоретический вопрос (проверяет знания («знать»), сформированные дисциплиной)	ПК-2	Знает: - политики ценообразования; - вопросы ценообразования, регулируемые законодательством РФ; - инструменты маркетингового ценообразования; - стандарты и этические принципы, регулирующие ценовую политику.	30
Вопрос №2 Теоретический вопрос (проверяет знания («знать»), сформированные дисциплиной)	ПК-2	Знает: - политики ценообразования; - вопросы ценообразования, регулируемые законодательством РФ; - инструменты маркетингового ценообразования; - стандарты и этические принципы, регулирующие ценовую политику.	30
Вопрос №3 Практическое задание (проверяет умения («уметь»), проверяет практические навыки («владеть»), сфор-мированные дисциплиной)	ПК-2	Умеет: - разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги); - рассчитывать цены на товары (услуги) организации; - разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования; - сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги); - проводить маркетинговые исследования по ценам и аудит ценовой политики организации. Владеет: - способностью разрабатывать ценовую политику в организации; - методами формирования стратегии цен на товары (услуги) организации; - способами внедрения сформированных цен на товары (услуги) организации; - способами разработки политики ценообразования и конкурентных ценовых стратегий; - приемами стимулирования продаж товаров (услуг) организации.	40