

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА В ОРГАНИЗАЦИИ

Направление подготовки 38.04.01 Экономика

Направленность (профиль): «Экономика организаций»

Форма обучения: очная, заочная

Квалификация выпускника: магистр

Срок получения образования: очная форма обучения - 2 года, заочная форма обучения - 2 года 5 месяцев

Объем дисциплины:

в зачетных единицах: 4 з.е.

в академических часах: 144 ак.ч.

Рабочая программа по дисциплине «Ценовая политика в организации» по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, направленность (профиль) «Экономика организаций» составлена Шамсутдиновой М.Р., к.э.н., доцентом кафедры экономики и управления в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 11 августа 2020 г. № 939, Профессионального стандарта 08.037 «Бизнес-аналитик», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 25 сентября 2018 г. № 592н, Профессионального стандарта 08.036 «Специалист по работе с инвестиционными проектами», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 16 апреля 2018 г. № 239н, Профессионального стандарта 08.035 «Маркетолог», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 июня 2018 г. № 366н.

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением Научно-методического совета «7» апреля 2021 г., протокол №3.

утверждена Ученым советом Российского университета кооперации «16» апреля 2021 г. № 8.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	5
4. Объем дисциплины и виды учебной работы.....	5
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий.....	6
5.1. Содержание дисциплины	6
5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий	8
6. Лабораторные занятия	10
7. Практические занятия.....	10
8. Тематика курсовых работ (проектов).....	13
9. Самостоятельная работа студента	13
10. Перечень нормативных правовых актов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимых для освоения дисциплины	16
11. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем	16
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	17
13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	18
13.1. Этапы формирования и процедура оценивания контролируемой компетенции.	18
13.2. Индикаторы достижения и критерии оценивания уровня сформированности компетенций, шкала оценивания.....	21
13.3. Материалы для подготовки к промежуточной аттестации.....	24
13.4. Критерии оценки для проведения экзамена по дисциплине	29
14. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и текущей аттестации по дисциплине	31
14.1. Материалы для текущего контроля.....	31
14.2. Материалы для проведения текущей аттестации	66
Обновление рабочей программы дисциплины (модуля)	74

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины заключается в освоении у обучающимися необходимых теоретических знаний, практических умений и прикладных навыков в области ценовой политики в организации и его методологии и раскрыть проблемы современной практики формирования и применения цен как основных показателей макро- и микроэкономики.

Задачи:

- изучение цели и концепции ценовой политики в организации, предмета и объектов;
- ознакомление с основными требованиями к ведению формированию цен на товары, работ и услуг и проводить экспертизу цен с использованием методик, баз данных и информационных интеллектуальных технологий;
- разрабатывать и реализовывать стратегию формирования цен на товары (услуги) организации специфику и возможности использования экономических знаний в различных сферах деятельности; определять специфику экономических знаний в различных сферах деятельности;
- определять возможности использования экономических знаний в различных сферах деятельности ценообразования, а также использовать законодательство при формировании цен на товары, работ и услуг и анализировать правовые нормы, на основе которых проводить последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Ценовая политика в организации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы – программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.01 Экономика направленность (профиль) «Экономика организаций».

Дисциплина обеспечивает формирование следующих профессиональных компетенций:

Код и наименование компетенции	Дисциплины, модули, практики, обеспечивающие формирование компетенции	Периоды формирования компетенции в процессе освоения ОПОП			Место в формировании компетенции
		1 курс (сем)	2 курс (сем)	3 курс (сем)	
ПК-4	Экономика, анализ и планирование в организации	2 сем			Предыдущая
	Производственная практика, практика по профилю профессиональной деятельности		3 сем		Предыдущая
	Производственная практика, преддипломная практика		4 сем		Изучаемая

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Формируемые компетенции (код и наименование компетенций)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ПК-4 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации	ПК-4.1 Способен разрабатывать и реализовывать стратегию формирования цен на товары (услуги) организации	Знать стратегию формирования цен на товары (услуги) организации
		Уметь разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации
		Владеть методами разработки и реализации стратегии формирования цен на товары (услуги) организации
	ПК-4.2 Способен проводить последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации	Знать последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации
		Уметь составлять программу с соблюдением последовательных действия по разработке политики ценообразования в организации
		Владеть навыками проводить последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины и виды учебной работы в академических часах с выделением объема контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся

очная форма обучения

Вид учебной деятельности	ак. часов		
	Всего	По семестрам 4 семестр	
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	36,5	36,5	
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	36	36	
• занятия лекционного типа	18	18	
• занятия семинарского типа:	18	18	
практические занятия	18	18	
лабораторные занятия	не предусмотрены		
в том числе занятия в интерактивных формах	4	4	
в том числе занятия в форме практической подготовки	6	6	
Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий	0,5	0,5	
2. Самостоятельная работа студентов, всего	71,5	71,5	
- курсовая работа (проект)	не предусмотрена		
- выполнение домашних заданий	65	65	
- контрольное тестирование	6,5	6,5	
3. Промежуточная аттестация: <i>экзамен</i>	36	36	
ИТОГО:	ак. часов	144	144
Общая трудоемкость	зач. ед.	4	4

заочная форма обучения

Вид учебной деятельности	ак. часов	
	Всего	По курсам 2 курс
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	12,5	12,5
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	12	12
• занятия лекционного типа	4	4
• занятия семинарского типа:	8	8
практические занятия	8	8
лабораторные занятия	не предусмотрены	
в том числе занятия в интерактивных формах	2	2
в том числе занятия в форме практической подготовки	4	4
Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий	0,5	0,5
2. Самостоятельная работа студентов, всего	122,5	122,5
- курсовая работа (проект)	не предусмотрена	
- выполнение домашних заданий	115	115
- контрольное тестирование	7,5	7,5
3. Промежуточная аттестация: <i>экзамен</i>	9	9
ИТОГО:	ак. часов	144
Общая трудоемкость	зач. ед.	4

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Формирование цен

Система цен. Классификация цен, состав и элементы цены, методы калькуляции себестоимости при формировании цен, виды скидок.

Тема 2. Методы сбора и обработки информации о поведении покупателей при изменении цен

Классификация источников и методов сбора информации для изучения поведения покупателей, методы, основанные на анализе фактических данных о покупках, методы, основанные на выявлении предпочтений и намерений покупателей, методы статистической обработки информации о поведении покупателей при изменении цен.

Тема 3. Ценовая стратегия

Ценовая политика предприятия. Последовательность разработки стратегии ценообразования, стратегии конкурентного ценообразования, стратегии дифференцированного ценообразования, тактика ценообразования.

Тема 4. Методы затратного ценообразования

Калькулирование по полным затратам, калькулирование по сокращенным затратам, метод дохода на капитал, метод надбавок и скидок,

метод целевой прибыли.

Тема 5. Методы рыночного ценообразования

Экономическая ценность товара: сущность, последовательность расчетов, методы параметрического ценообразования.

Тема 6. Цены и ценообразование конкурсные проекты

Сущность и виды торгов, количественный и качественный анализ условий торгов, выбор цены предложения, законодательное регулирование государственных закупок в РФ.

Тема 7. Эластичность спроса по цене

Оценка коэффициентов эластичности, учет факторов, влияющих на эластичность спроса при принятии ценовых решений, перекрестная эластичность спроса по цене, взаимозаменяемые, взаимодополняемые и нейтральные товары, эластичность спроса по доходам.

Тема 8. Регулирование цен

Распределение функций по государственному регулированию цен, область применения регулируемых цен, методы государственного регулирования цен, антимонопольное регулирование цен.

Тема 9. Зарубежный опыт государственного регулирования цен (опыт промышленно-развитых стран)

Государственное регулирование цен в США, государственное регулирование цен в Испании, государственное регулирование цен в Франции, государственное регулирование цен в Японии.

Тема 10. Риск в ценообразовании

Понятие и сущность ценового риска, методы оценки рисков, принятие ценовых решений в условиях риска и неопределённости, пути снижения риска принятия ценовых решений.

Тема 11. Взаимосвязь налогов и цен

Налоговый Кодекс РФ о составе расходов, учитываемых в цене товара, взаимосвязь налогов и цен, роль налоговых органов в регулировании цен, понятие и способы расчета рыночной цены для целей налогообложения.

Тема 12. Анализ безубыточности решений в ценообразовании

Классификация затрат для целей налогообложения, бухгалтерская модель безубыточности: построение и анализ.

Тема 13. Финансовый анализ решений в ценообразовании

Анализ безубыточности решений при изменении цен, анализ безубыточности решений при изменении цен и затрат, анализ

безубыточности решений при продаже взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров.

Тема 14. Цены и ценообразование во внешнеэкономической деятельности

Мировые цены. Механизм формирования мировых цен, таможенная стоимость товара, принципы и цели таможенной оценки товара в РФ, правила «Инкотермс», виды и формирование цен на импортируемые товары.

5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах)				Аудиторных занятий в интерактивной форме
		занятия лекционного типа	занятия семинарского типа / из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	Всего	
1	Формирование цен.	2	2	5	9	-
2	Методы сбора и обработки информации о поведении покупателей при изменении цен	2	2	5	9	-
3	Ценовая стратегия	1	1	5	7	1
4	Методы затратного ценообразования	1	1	5	7	-
5.	Методы рыночного ценообразования	1	1	5	7	-
6	Цены и ценообразование конкурсные проекты	1	1	5	7	-
7	Эластичность спроса по цене	1	1	5	7	-
8	Регулирование цен	1	1	5	7	1
9	Зарубежный опыт государственного регулирования цен (опыт промышленно-развитых стран)	1	1/1	5	7	1
10	Риск в ценообразовании	1	1	5	7	-
11	Взаимосвязь налогов и цен	1	1	5	7	-
12	Анализ безубыточности решений в ценообразовании	1	1/1	5	7	1
13	Финансовый анализ решений в ценообразовании	2	2/2	5	9	-
14	Цены и ценообразование во внешнеэкономической деятельности	2	2/2	6,5	10,5	-
	Подготовка к экзамену				36	
	Контактная работа в период				0,5	

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах)				Аудиторных занятий в интерактивной форме
		занятия лекционного типа	занятия семинарского типа / из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	Всего	
	промежуточной аттестации					
	Всего	18	18/6	71,5	144	4

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах)				Аудиторных занятий в интерактивной форме
		занятия лекционного типа	занятия семинарского типа / из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	Всего	
1	Формирование цен.	1	-	8	9	-
2	Методы сбора и обработки информации о поведении покупателей при изменении цен	1	-	8	9	1
3	Ценовая стратегия	-	1/1	8	9	-
4	Методы затратного ценообразования	-	1	8	9	-
5.	Методы рыночного ценообразования	-	1	8	9	-
6	Цены и ценообразование конкурсные проекты	-	1/1	8	9	-
7	Эластичность спроса по цене	-	1	8	9	-
8	Регулирование цен	-	1	8	9	-
9	Зарубежный опыт государственного регулирования цен (опыт промышленно-развитых стран)	-	1/1	8	9	-
10	Риск в ценообразовании	-	-	8	8	-
11	Взаимосвязь налогов и цен	1	-	10	11	1
12	Анализ безубыточности решений в ценообразовании	-	1/1	10	11	-
13	Финансовый анализ решений в ценообразовании	-	-	10	10	-
14	Цены и ценообразование во внешнеэкономической деятельности	1	-	12,5	13,5	-
	Подготовка к экзамену				9	
	Контактная работа в период				0,5	

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах)				Аудиторных занятий в интерактивной форме
		занятия лекционного типа	занятия семинарского типа / из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	Всего	
	промежуточной аттестации					
	Всего	4	8/4	122,5	144	2

6. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены.

7. Практические занятия

очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	т.ч. в форме практической подготовки
1.	Формирование цен.	1. Система цен. Классификация цен. 2. Состав и элементы цены 3. Методы калькуляции себестоимости при формировании цен 4. Виды скидок	2	-
2.	Методы сбора и обработки информации о поведении покупателей при изменении цен	1. Классификация источников и методов сбора информации для изучения поведения покупателей 2. Методы, основанные на анализе фактических данных о покупках 3. Методы, основанные на выявлении предпочтений и намерений покупателей 4. Методы статистической обработки информации о поведении покупателей при изменении цен	2	-
3.	Ценовая стратегия	1. Ценовая политика предприятия. Последовательность разработки стратегии ценообразования 2. Стратегии конкурентного ценообразования 3. Стратегии дифференцированного ценообразования 4. Тактика ценообразования	1	-
4.	Методы затратного ценообразования	1. Калькулирование по полным затратам; 2 Калькулирование по сокращенным затратам; 3 Метод дохода на капитал; 4 Метод надбавок и скидок; 5 Метод целевой прибыли	1	-
5.	Методы рыночного	1 Экономическая ценность товара:	1	-

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	Т.ч. в форме практической подготовки
	ценообразования	сущность, последовательность расчетов 2. Методы параметрического ценообразования		
6.	Цены и ценообразование конкурсные проекты	1 Сущность и виды торгов. 2 Количественный и качественный анализ условий торгов. Выбор цены предложения 3 Законодательное регулирование государственных закупок в РФ	1	-
7.	Эластичность спроса по цене	1 Оценка коэффициентов эластичности 2 Учет факторов, влияющих на эластичность спроса при принятии ценовых решений 3 Перекрестная эластичность спроса по цене. Взаимозаменяемые, взаимодополняемые и нейтральные товары 4. Эластичность спроса по доходам	1	-
8.	Регулирование цен	1 Распределение функций по государственному регулированию цен. Область применения регулируемых цен 2. Методы государственного регулирования цен. 3 Антимонопольное регулирование цен.	1	-
9.	Зарубежный опыт государственного регулирования цен (опыт промышленно-развитых стран)	1. Государственное регулирование цен в США 2. Государственное регулирование цен в Испании 3. Государственное регулирование цен в Франции 4. Государственное регулирование цен в Японии.	1	1
10.	Риск в ценообразовании	1 Понятие и сущность ценового риска 2. Методы оценки рисков 3. Принятие ценовых решений в условиях риска и неопределенности 4. Пути снижения риска принятия ценовых решений	1	-
11.	Взаимосвязь налогов и цен	1. Налоговый Кодекс РФ о составе расходов, учитываемых в цене товара 2. Взаимосвязь налогов и цен 3. Роль налоговых органов в регулировании цен 4. Понятие и способы расчета рыночной цены для целей налогообложения	1	-
12.	Анализ безубыточности решений в ценообразовании	1. Классификация затрат для целей налогообложения 2. Бухгалтерская модель безубыточности: построение и анализ	1	1
13.	Финансовый анализ решений в ценообразовании	1. Анализ безубыточности решений при изменении цен 2. Анализ безубыточности решений при изменении цен и затрат 3. Анализ безубыточности решений при	2	2

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	т.ч. в форме практической подготовки
		продаже взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров		
14.	Цены и ценообразование во внешнеэкономической деятельности	1. Мировые цены. Механизм формирования мировых цен. 2. Таможенная стоимость товара. Принципы и цели таможенной оценки товара в РФ 3. Правила «Инкотермс». 4. Виды и формирование цен на импортируемые товары	2	2
	Всего		18	6

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	т.ч. в форме практической подготовки
1	Ценовая стратегия	1. Ценовая политика предприятия. Последовательность разработки стратегии ценообразования 2. Стратегии конкурентного ценообразования 3. Стратегии дифференцированного ценообразования 4. Тактика ценообразования	1	1
2	Методы затратного ценообразования	1. Калькулирование по полным затратам; 2. Калькулирование по сокращенным затратам; 3. Метод дохода на капитал; 4. Метод надбавок и скидок; 5. Метод целевой прибыли	1	-
3	Методы рыночного ценообразования	1. Экономическая ценность товара: сущность, последовательность расчетов 2. Методы параметрического ценообразования	1	-
4	Цены и ценообразование конкурсные проекты	1. Сущность и виды торгов. 2. Количественный и качественный анализ условий торгов. Выбор цены предложения 3. Законодательное регулирование государственных закупок в РФ	1	1
5	Эластичность спроса по цене	1. Оценка коэффициентов эластичности 2. Учет факторов, влияющих на эластичность спроса при принятии ценовых решений 3. Перекрестная эластичность спроса по цене. Взаимозаменяемые, взаимодополняемые и нейтральные товары 4. Эластичность спроса по доходам	1	-
6	Регулирование цен	1. Распределение функций по государственному регулированию цен. Область применения регулируемых цен	1	-

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	т.ч. в форме практической подготовки
		2. Методы государственного регулирования цен. 3 Антимонопольное регулирование цен.		
7	Зарубежный опыт государственного регулирования цен (опыт промышленно-развитых стран)	1. Государственное регулирование цен в США 2. Государственное регулирование цен в Испании 3. Государственное регулирование цен в Франции 4. Государственное регулирование цен в Японии.	1	1
8	Анализ безубыточности решений в ценообразовании	1. Классификация затрат для целей налогообложения 2. Бухгалтерская модель безубыточности: построение и анализ	1	1
	Всего		8	4

8. Тематика курсовых работ (проектов)

Курсовая работа не предусмотрена.

9. Самостоятельная работа студента

Основная цель самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Ценовая политика в организации» – закрепить теоретические знания, полученные в ходе лекционных занятий, сформировать навыки в соответствии с требованиями, определенными в ходе практических занятий.

Самостоятельная работа студента в процессе изучения дисциплины включает:

- освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы;
- изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.);
- выполнение домашних заданий по практическим занятиям;
- самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках;
- подготовку к экзамену.

Тема 1. Формирование цен

Освоение рекомендованной по дисциплине основной и дополнительной учебной литературы, при необходимости самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках.

Оценочные средства: опрос, индивидуальные и групповые задания,

тесты, задача

Тема 2. Методы сбора и обработки информации о поведении покупателей при изменении цен

Освоение рекомендованной по дисциплине основной и дополнительной учебной литературы, при необходимости самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках.

Оценочные средства: опрос, индивидуальные и групповые задания, тесты, задачи

Тема 3. Ценовая стратегия

Освоение рекомендованной по дисциплине основной и дополнительной учебной литературы, при необходимости самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках.

Оценочные средства: опрос, индивидуальные и групповые задания, тесты, задачи

Тема 4. Методы затратного ценообразования

Освоение рекомендованной по дисциплине основной и дополнительной учебной литературы, при необходимости самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках.

Оценочные средства: опрос, индивидуальные и групповые задания, тесты, задача

Тема 5. Методы рыночного ценообразования

Освоение рекомендованной по дисциплине основной и дополнительной учебной литературы, при необходимости самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках.

Оценочные средства: опрос, индивидуальные и групповые задания, тесты, задачи

Тема 6. Цены и ценообразование конкурсные проекты

Освоение рекомендованной по дисциплине основной и дополнительной учебной литературы, при необходимости самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках.

Оценочные средства: опрос, индивидуальные и групповые задания, тесты, задачи

Тема 7. Эластичность спроса по цене

Освоение рекомендованной по дисциплине основной и дополнительной учебной литературы, при необходимости самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках.

Оценочные средства: опрос, индивидуальные и групповые задания, тесты, задачи

Тема 8. Регулирование цен

Освоение рекомендованной по дисциплине основной и дополнительной учебной литературы, при необходимости самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках.

Оценочные средства: опрос, индивидуальные и групповые задания, тесты, задачи

Тема 9. Зарубежный опыт государственного регулирования цен (опыт промышленно-развитых стран)

Освоение рекомендованной по дисциплине основной и дополнительной учебной литературы, при необходимости самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках.

Оценочные средства: опрос, индивидуальные и групповые задания, тесты, задачи

Тема 10. Риск в ценообразовании

Освоение рекомендованной по дисциплине основной и дополнительной учебной литературы, при необходимости самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках.

Оценочные средства: опрос, индивидуальные и групповые задания, тесты, задачи

Тема 11. Взаимосвязь налогов и цен

Освоение рекомендованной по дисциплине основной и дополнительной учебной литературы, при необходимости самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках.

Оценочные средства: опрос, индивидуальные и групповые задания, тесты, задачи

Тема 12. Анализ безубыточности решений в ценообразовании

Освоение рекомендованной по дисциплине основной и дополнительной учебной литературы, при необходимости самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках.

Оценочные средства: опрос, индивидуальные и групповые задания, тесты, задачи

Тема 13. Финансовый анализ решений в ценообразовании

Освоение рекомендованной по дисциплине основной и дополнительной учебной литературы, при необходимости самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках.

Оценочные средства: опрос, индивидуальные и групповые задания, тесты, ситуационные задачи

Тема 14. Цены и ценообразование во внешнеэкономической деятельности

Освоение рекомендованной по дисциплине основной и дополнительной учебной литературы, при необходимости самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках.

Оценочные средства: опрос, индивидуальные и групповые задания, тесты, задачи

10. Перечень нормативных правовых актов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимых для освоения дисциплины

а) нормативные документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 1, от 30.11.1994 № 51-ФЗ (с изм. и доп.) // Консультант Плюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (с изм. и доп.) // Консультант Плюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан.

б) основная литература:

Ценообразование : учебник / И.К. Салимжанов. — Москва : КноРус, 2021. — 299 с. — ISBN 978-5-406-08612-4. — URL:<https://book.ru/book/940458>— Текст : электронный.

в) дополнительная литература:

Цена и ценовая политика компании : учебник / Грызунова Н.В., под ред., Бондаренко Т.Г., Ермилова М.И., Кери И.Т., Коокуева В.В., Пятанова В.И., Солтаханов А.У., Церцейл Ю.С., Нагорных М.Г. — Москва : КноРус, 2020. — 213 с. — ISBN 978-5-406-07071-0. — URL: <https://book.ru/book/933983>

11. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая профессиональные базы данных

- <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС IPRbooks
- <https://www.book.ru/> - ЭБС Book.ru
- <https://rucont.ru/> - Национальный цифровой ресурс «Руконт»
- <https://megapro.msal.ru/> - ЭБС Мега Про
- <https://www.elibrary.ru/> - ЭБС Word Bank eLibrary.ru

- <http://znanium.com/> - ЭБС Znanium.com
- <https://dlib.eastview.com/> - База данных East View

2. Лицензионно программное обеспечение

Desktop School ALNG LicSAPk MVL (MS Windows, MS Office);

Консультант + версия проф.- справочная правовая система;

Система тестирования INDIGO;

3. Свободно распространяемое программное обеспечение

Adobe Acrobat – свободно-распространяемое ПО;

Интернет-браузеры: GoogleChrome, Firefox – свободно-распространяемое ПО.

Каждый обучающийся в течение всего обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа

Учебная мебель:

Столы; стулья; доска аудиторная; тумба для процессора; трибуна; плакаты.

Технические средства обучения:

Экран для проектора CACTUS EXPERT; проектор ACER; монитор ACER V173A; процессор celeron G1610 DDR III (ЭКСИМЕР Life); колонки Oklick.

Учебная аудитория для проведения практических занятий семинарского типа

Учебная мебель:

Стол письменный, столы; стулья; доска аудиторная, трибуна.

Технические средства обучения:

Переносное мультимедийное оборудование: ноутбук; проектор.

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Учебная мебель:

Столы; стулья; доска аудиторная; трибуна.

Технические средства обучения:

Процессоры celeron G1610 (ЭКСИМЕР Life); мониторы Acer V193HQV (19.3"); клавиатура; мышь.

Помещение для самостоятельной работ

Учебная мебель:

Столы; стул ИЗО; стулья; шкаф книжный.

Технические средства обучения:

13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

13.1. Этапы формирования и процедура оценивания контролируемой компетенции.

Основными этапами формирования компетенций является последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов и (или) тем учебной дисциплины. Изучение каждого раздела и (или) темы предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенции показывает уровень освоения компетенций студентами.

№ п/п	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства
1	ПК-4.1, ПК-4.2	Формирование цен.	Опрос Тесты Индивидуальные и групповые задания Задача Экзамен
2	ПК-4.1, ПК-4.2	Методы сбора и обработки информации о поведении покупателей при изменении цен	Опрос Тесты Индивидуальные и групповые задания Задачи Экзамен
3	ПК-4.1, ПК-4.2	Ценовая стратегия	Опрос Тесты Индивидуальные и групповые задания Задачи Экзамен
4	ПК-4.1, ПК-4.2	Методы затратного ценообразования	Опрос Тесты Индивидуальные и групповые задания Задача Экзамен
5	ПК-4.1, ПК-4.2	Методы рыночного ценообразования	Опрос Тесты Индивидуальные и групповые задания Задачи Экзамен
6	ПК-4.1, ПК-4.2	Цены и ценообразование конкурсные проекты	Опрос Тесты Индивидуальные и групповые задания Ситуационные задачи Экзамен
7	ПК-4.1, ПК-4.2	Эластичность спроса по цене	Опрос Тесты Индивидуальные и групповые задания Задачи Экзамен

№ п/п	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства
8	ПК-4.1, ПК-4.2	Регулирование цен	Опрос Тесты Индивидуальные и групповые задания Задачи Экзамен
9	ПК-4.1, ПК-4.2	Зарубежный опыт государственного регулирования цен (опыт промышленно-развитых стран)	Опрос Тесты Индивидуальные и групповые задания Задачи Экзамен
10	ПК-4.1, ПК-4.2	Риск в ценообразовании	Опрос Тесты Индивидуальные и групповые задания Задачи Экзамен
11	ПК-4.1, ПК-4.2	Взаимосвязь налогов и цен	Опрос Тесты Индивидуальные и групповые задания Задачи Экзамен
12	ПК-4.1, ПК-4.2	Анализ безубыточности решений в ценообразовании	Опрос Тесты Индивидуальные и групповые задания Задачи Экзамен
13	ПК-4.1, ПК-4.2	Финансовый анализ решений в ценообразовании	Опрос Тесты Индивидуальные и групповые задания Ситуационные задачи Экзамен
14	ПК-4.1, ПК-4.2	Цены и ценообразование во внешнеэкономической деятельности	Опрос Тесты Индивидуальные и групповые задания Задачи Экзамен

Процедура оценивания

Процедура оценивания результатов освоения программы дисциплины включает в себя оценку уровня сформированности компетенций студента при осуществлении текущего контроля и проведении промежуточной аттестации.

Уровень сформированности компетенции (одной или нескольких) определяется по качеству выполненной студентом работы и отражается в следующих формулировках: высокий, хороший, достаточный, недостаточный.

При выполнении студентами заданий для промежуточной аттестации оценивается уровень обученности «знать», «уметь», «владеть» в соответствии с запланированными результатами обучения и содержанием рабочей программы дисциплины:

- знания и умения студента могут проверяться при ответе на теоретические вопросы, выполнении тестовых заданий, практических работ,
- степень владения умениями – при решении ситуационных задач, выполнении практических работ и других заданий.

Результаты выполнения заданий фиксируются в баллах в соответствии с показателями и критериями оценивания компетенций. Общее количество баллов складывается из:

- сумма баллов за выполнение практических заданий на выявление уровня обученности «уметь»,
- сумма баллов за выполнение практических заданий на выявление уровня обученности «владеть»,
- сумма баллов за ответы на дополнительные вопросы.

По итогам текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с показателями и критериями оценивания компетенций определяется уровень сформированности компетенций студента и выставляется оценка по шкале оценивания.

13.2. Индикаторы достижения и критерии оценивания уровня сформированности компетенций, шкала оценивания

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Критерии оценивания уровня сформированности компетенций				Итого:
		Высокий (верно и в полном объеме) - 5 б.	Хороший (с незначительными замечаниями) - 4 б.	Достаточный (на базовом уровне, с ошибками) - 3 б.	Недостаточный (содержит большое количество ошибок/ответ не дан) – 2 б.	
ПК-4 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации	ПК-4.1 Способен разрабатывать и реализовывать стратегию формирования цен на товары (услуги) организации Знать: стратегию формирования цен на товары (услуги) организации	В полном объеме знает стратегию формирования цен на товары (услуги) организации	Хорошо знает стратегию формирования цен на товары (услуги) организации	Фрагментарно, не систематизировано, знает стратегию формирования цен на товары (услуги) организации	Отсутствие сформированных знаний о стратегии формирования цен на товары (услуги) организации	2-5
	ПК-4.1 Способен разрабатывать и реализовывать стратегию формирования цен на товары (услуги) организации Уметь: разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации	Сформировано умение разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации	В целом сформировано умение разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации	Частично сформировано умение разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации	Не сформировано умение разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации	
	ПК-4.1 Способен разрабатывать и реализовывать стратегию формирования цен на товары (услуги) организации. Владеть: методами разработки и реализации стратегии формирования цен на товары (услуги) организации	Полностью сформировано владение методами разработки и реализации стратегии формирования цен на товары (услуги) организации	В целом владеет методами разработки и реализации стратегии формирования цен на товары (услуги) организации	Фрагментарное, не системное применение методов разработок реализации стратегии формирования цен на товары (услуги) организации	Отсутствуют сформированные навыки владения методами разработки и реализации стратегии формирования цен на товары (услуги) организации	
	ПК-4.2 Способен проводить	В полном объеме	Хорошо знает	Фрагментарно, не	Отсутствие	

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Критерии оценивания уровня сформированности компетенций				Итого:
		Высокий (верно и в полном объеме) - 5 б.	Хороший (с незначительными замечаниями) - 4 б.	Достаточный (на базовом уровне, с ошибками) - 3 б.	Недостаточный (содержит большое количество ошибок/ответ не дан) – 2 б.	
	последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации. Знать: последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации	знает последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации	последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации	систематизировано, знает последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации	сформированных знаний о последовательных действиях по разработке политики ценообразования в организации	
	ПК-4.2 Способен проводить последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации. Уметь: составлять программу с соблюдением последовательных действия по разработке политики ценообразования в организации	Сформировано умение составлять программу с соблюдением последовательных действия по разработке политики ценообразования в организации	В целом сформировано умение составлять программу с соблюдением последовательных действия по разработке политики ценообразования в организации	Частично сформировано умение составлять программу с соблюдением последовательных действия по разработке политики ценообразования в организации	Не сформировано умение составлять программу с соблюдением последовательных действия по разработке политики ценообразования в организации	
	ПК-4.2 Способен проводить последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации. Владеть: навыками проводить последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации	Полностью сформировано владение навыками проводить последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации	В целом владеет навыками проводить последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации	Фрагментарное, не системное применение навыков проводить последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации	Отсутствуют сформированные способности применение навыков проводить последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации	

Шкала оценивания:

Оценка	Баллы	Уровень сформированности компетенции
отлично	10	высокий
хорошо	8-9	хороший
удовлетворительно	5-7	достаточный
неудовлетворительно	менее 5	недостаточный

13.3. Материалы для подготовки к промежуточной аттестации

Для проверки сформированности компетенции (части компетенции – индикатора): ПК-4.1, ПК-4.2

Вопросы к экзамену:

1. Система цен. Классификация цен.
2. Состав и элементы цены. Виды скидок.
3. Методы калькуляции себестоимости при формировании цен.
4. Теории стоимости и цены.
5. Особенности ценообразования на рынке совершенной конкуренции.
6. Особенности ценообразования на рынке монополистической конкуренции.
7. Особенности ценообразования на рынке олигополистической конкуренции.
8. Особенности ценообразования на рынке чистой монополии.
9. Классификация источников и методов сбора информации для изучения поведения покупателей.
10. Методы, основанные на анализе фактических данных о покупках.
11. Методы, основанные на выявлении предпочтений и намерений покупателей.
12. Методы статистической обработки информации о поведении покупателей при изменении цен.
13. Ценовая политика предприятия. Последовательность разработки стратегии ценообразования.
14. Стратегии и тактика конкурентного ценообразования.
15. Стратегии дифференцированного ценообразования.
16. Калькулирование по полным затратам.
17. Калькулирование по сокращенным затратам.
18. Метод дохода на капитал.
19. Метод надбавок и скидок.
20. Метод целевой прибыли.
21. Экономическая ценность товара: сущность, последовательность расчетов.
22. Методы параметрического ценообразования.
23. Сущность и виды торгов.
24. Количественный и качественный анализ условий торгов. Выбор цены предложения.
25. Законодательное регулирование государственных закупок в РФ.
26. Оценка коэффициентов эластичности.
27. Учет факторов, влияющих на эластичность спроса при принятии ценовых решений.
28. Перекрестная эластичность спроса по цене. Взаимозаменяемые, взаимодополняемые и нейтральные товары.

29. Эластичность спроса по доходам.
 30. Распределение функций по государственному регулированию цен.
- Область применения регулируемых цен
31. Методы государственного регулирования цен.
 32. Антимонопольное регулирование цен.
 33. Особенности государственного регулирования цен в развитых странах.
 34. Методы оценки ценовых рисков.
 35. Взаимосвязь налогов и цен.
 36. Роль налоговых органов в регулировании цен.
 37. Способы расчета рыночной цены для целей налогообложения.
 38. Анализ безубыточности решений при изменении цен.
 39. Анализ безубыточности решений при изменении цен и затрат.
 40. Анализ безубыточности решений при продаже взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров.
 41. Механизм формирования мировых цен.
 42. Таможенная стоимость товара. Принципы и цели таможенной оценки товара в РФ.
 43. Правила «Инкотермс».
 44. Виды и формирование цен на импортируемые товары.

Образцы тестовых заданий для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, а также для контроля самостоятельной работы:

1. Какое определение цены наиболее верно в современных условиях хозяйствования?
 - а) Цена – это количество денег, других товаров и услуг, величина процента, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги
 - б) Цена – количество денег, за которое продавец согласен купить, а покупатель готов продать единицу товара или услуги
 - в) Цена – денежное выражение стоимости товара
2. Максимизация массы прибыли:
 - а) Задача государственной ценовой политики
 - б) Задача ценовой стратегии фирмы
 - в) Задача ценовой политики фирмы
3. Какая функция цены исторически наиболее древняя?
 - а) Функция балансировки спроса и предложения
 - б) Функция стимулирования научно-технического прогресса
 - в) Учетно-измерительная функция
4. В чем главное различие понятий «оптовые» и «розничные» цены?

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

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

- а) Цена фактической сделки
- б) Цена равновесия
- в) Договорная цена

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

- а) 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 название производителя
- б) Данные массовых товаров
- в) О название 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

21. К постоянным издержкам относится:

- а) Плата за аренду и охрану помещений
- б) Расходы на топливо
- в) Расходы на электроэнергию

22. В расходы, изменяющиеся в зависимости от масштабов производства принадлежат:

- а) Расходы по кредиту
- б) Расходы на материалы
- в) Плата за аренду и охрану помещений

23. Политика, основанная на стратегии снижения издержек:

- а) Политика высоких цен
- б) «Снятия сливок»
- в) Политика запланированной прибыли

24. Метод ценообразования, по которому фирма прежде всего ориентируется на конкурентов:

- а) Метод установления цены на основе ощущения потребительской ценности товара
- б) Метод установления цены по аналогии
- в) Метод ценообразования на основе безубыточности

25. Метод, в котором главным фактором ценообразования является восприятие и оценка товара покупателем:

- а) Метод ценообразования на основе безубыточности
- б) Метод установления цены по аналогии
- в) Метод установления цены на основе ощущения потребительской ценности товара

26. От чего зависят условия франко:

- а) От скидок и надбавок к цене
- б) От особенностей его транспортировки
- в) От типа товара и государственной политики

27. Трудовая теория стоимости утверждала, что:

- а) Цена товара – это денежное выражение его стоимости
- б) Цена товара определяется потребностью производителя
- в) Цену товара и его стоимость нельзя приравнять

28. Согласно трудовой теории стоимости основой цены служат:

- а) Затраты ресурсов на производство
- б) Затраты торговых посредников при реализации продукции
- в) Затраты труда

29. Факторы производства:

- а) Причины изменения условий производства
- б) Категория, показывающая, что целесообразно производить при имеющихся ресурсах
- в) Экономические ресурсы, которые обеспечивают процесс производства

30. По мнению представителей монетаризма на процесс ценообразования влияет:

- а) Борьба государства с монополиями
- б) Монетарная политика государства
- в) Государственная политика в области экологии

13.4. Критерии оценки для проведения экзамена по дисциплине

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он в полном объеме знает стратегию формирования цен на товары (услуги) организации; умеет разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации; полностью владеет методами разработки и реализации стратегии формирования цен на товары (услуги) организации; в полном объеме знает последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации; умеет составлять программу с соблюдением последовательных действия по разработке политики ценообразования в организации; полностью владеет навыками проводить последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации.

Оценка «хорошо» ставится студенту, если он хорошо знает стратегию формирования цен на товары (услуги) организации; в целом умеет разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации; в целом владеет методами разработки и реализации стратегии формирования цен на товары (услуги) организации; хорошо знает последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации; в целом умеет составлять программу с соблюдением последовательных действия по разработке политики ценообразования в организации; в целом владеет навыками проводить последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации.

Оценка «удовлетворительно» ставится студенту за фрагментарное, не систематизированное, знание стратегии формирования цен на товары (услуги) организации; частично сформированное умение разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации; фрагментарное, не системное применение методов разработок реализации стратегии формирования цен на товары (услуги) организации;

фрагментарное, не систематизированное, знание последовательных действий по разработке политики ценообразования в организации; частично сформированное умение составлять программу с соблюдением последовательных действия по разработке политики ценообразования в организации; фрагментарное, не системное применение навыков проводить последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации.

Оценка «неудовлетворительно» ставится студенту за отсутствие сформированных знаний о стратегии формирования цен на товары (услуги) организации; не сформированное умение разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации; отсутствие сформированных навыков владения методами разработки и реализации стратегии формирования цен на товары (услуги) организации; отсутствие сформированных знаний о последовательных действиях по разработке политики ценообразования в организации; не сформированное умение составлять программу с соблюдением последовательных действия по разработке политики ценообразования в организации; отсутствие сформированных способностей применения навыков проводить последовательные действия по разработке политики ценообразования в организации.

Перевод в оценки по экзамену осуществляется по следующей шкале:

- с 86 до 100 % – «отлично»;
- с 71 до 85 %– «хорошо»;
- с 50 до 70 % – «удовлетворительно»;
- менее 50% - «неудовлетворительно».

14. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и текущей аттестации по дисциплине

Для проверки сформированности компетенции (части компетенции – индикатора): ПК-4.1, ПК-4.2

14.1. Материалы для текущего контроля

Тема 1. Формирование цен (ПК-4.1, ПК-4.2)

Вопросы для опроса

1. Дайте характеристику основным структурным элементам оптовой (отпускной) цены, цены закупки, розничной цены.

2. Как влияет на структуру розничной цены изменение каналов движения товара от продавца к покупателю?

3. Предприятие общественного питания (столовая) реализует обеды юридическим лицам за талоны. Является ли цена обедов оптовой или розничной?

4. Назовите основные источники информации о формировании ценах товаров и услуг.

5. Почему цены фактических сделок обычно отличаются от преysкурантных цен? Какую роль играют преysкурантные цены?

6. Можно ли рассчитать среднегодовую цену картофеля по средней арифметической? В каких случаях может быть применена средняя арифметическая?

7. Какие цены в условиях инфляции наиболее выгодны продавцу, а какие — покупателю?

8. Какие элементы цены обычно составляют ее скользящую часть, а какие — подвижную?

9. Что такое «лимит скольжения»?

10. Почему при расчете сопоставимых цен могут использоваться разные индексы? Назовите известные вам индексы-, применяемые для этих целей.

11. В чем заключается сущность учетно-измерительной функции цен? Может ли цена товара отличаться от стоимости?

12. В расчете каких показателей, характеризующих эффективность производства, участвует цена?

13. Через какие каналы осуществляется распределительная функция цен?

14. Как связаны между собой функция сбалансирования спроса и предложения и распределительная функция?

Индивидуальные и групповые задания

Пример 1 Сельскохозяйственное предприятие реализует бахчевые культуры, информация об их ценах и объемах реализации представлена ниже.

Показатель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь
Объем продаж, т	1,5	2,8	5,5	6,2	5,4	2,2	0,8
Цена реализации, за 1 т, руб.	3000	200	100	100	160	200	300

Найти среднюю цену 1 т бахчевых культур.

Решение:

Средняя цена 1 т бахчевых культур составит 1850,57 руб. $(3000 \times 1,5 + 2800 \times 2,8 + 1500 \times 5,5 + 1400 \times 6,2 + 1560 \times 5,4 + 2300 \times 2,2 + 3000 \times 0,8) : 24,4$.

Пример 2. Организация продает растворимый кофе. Известны объемы продаж в стоимостном выражении и средняя цена 1 кг кофе различных сортов.

Показатель	Апрель	Май	Июнь
Товарооборот, руб.	15 900	22 000	21 500
Средняя цена 1 кг, руб.	500	540	550

Найти среднюю цену кофе во втором квартале.

Решение:

Средняя цена кофе во втором квартале составит 532 руб. $(15\ 900 + 22\ 000 + 21\ 500) : (15\ 900 : 500 + 22\ 000 : 540 + 21\ 500 : 550)$.

Пример 3. Перед началом весеннего сезона магазин строительных товаров предложил покупателям 10%-ную скидку с 20 апреля.

В результате цена керамической плитки составляла с 1 по 19 апреля 350 руб., с 20 по 30 апреля — 315 руб. При расчете средней цены за апрель следует учесть, что 19 дней плитка продавалась по базовой цене и 11 дней по цене, сниженной на 10%. Найти среднюю цену апреля.

Решение:

Средняя цена апреля составит 337 руб. $(19 + 11 : (19 : 350 + 11 : 315))$. В приведенных формулах вместо абсолютных показателей можно использовать их пропорции, удельные показатели. Это позволит значительно упростить расчеты, но получить аналогичный результат. При отсутствии точных показателей можно заменить их на оценочные (экспертные).

Тестируемый контроль

1. В состав оптовой цены входят следующие элементы:

- оптовая цена предприятия изготовителя и налоги;
- издержки, налоги и прибыль;
- оптовая (отпускная) цена изготовителя, снабженческо-сбытовая надбавка и торговая наценка.

2. В основе разделения цен на цены франко-назначения и франко-отравления лежит:

- категория товара;

б) способ распределения транспортных затрат между продавцом и покупателем;

в) способ транспортировки товара.

3. Особенность оптовых цен:

а) назначаются на крупные партии товара;

б) по такой цене товар продается промежуточному потребителю;

в) по такой цене товар покупается для конечного потребления;

г) по такой цене товар продается населению.

4. Скользящая цена — это:

а) цена, достигшая прежнего уровня после ее понижения или повышения;

б) цена, исчисленная в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной (базисной) цены с учетом изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта;

в) цена, учитывающая инфляцию издержек;

г) цена, при которой производственная фирма может лишь возмещать свои издержки.

5. Основанием для выделения твердых цен является:

а) степень регулирования;

б) устойчивость во времени;

в) ориентир для фиксации контрактных цен;

г) постоянство структурных элементов.

6. По стадиям движения товара выделяют:

а) регулируемые цены;

б) закупочные цены;

в) скользящие цены;

г) розничные цены.

7. Одежда продается населению:

а) по оптовой цене;

б) по биржевой цене;

в) по трансфертной цене;

г) по розничной цене.

8. Покупателю в условиях инфляции более выгодна:

а) твердая цена;

б) подвижная цена;

в) скользящая цена;

г) розничная цена.

9. Продавцу в условиях инфляции более выгодна цена:

а) твердая;

б) подвижная;

в) скользящая.

10. Попытку согласовать интересы покупателя и продавца отражает цена:

а) твердая;

б) подвижная;

в) скользящая.

Задача

Задача 1. Перед началом весеннего сезона магазин строительных товаров предложил покупателям 10%-ную скидку с 20 апреля.

В результате цена керамической плитки составляла с 1 по 19 апреля 350 руб., с 20 по 30 апреля — 315 руб. При расчете средней цены за апрель следует учесть, что 19 дней плитка продавалась по базовой цене и 11 дней по цене, сниженной на 10%. Найти среднюю цену апреля.

Тема 2. Методы сбора и обработки информации о поведении покупателей при изменении цен (ПК-4.1, ПК-4.2)

Вопросы для опроса

1. Какие параметры могут использоваться для количественной оценки чувствительности покупателей к ценам?
2. При каких условиях материалы торговой статистики позволяют получить корректные оценки чувствительности покупателей к ценам?
3. Какие агрегированные данные могут использоваться для оценки реакции покупателей на изменение цен, для оценки динамики цен? Какие формы статистической отчетности организации содержат необходимую для этих целей информацию?
4. Дайте характеристику возможностей использования компьютерных баз данных для решения задач сбора информации о поведении покупателей.
5. В чем достоинства и недостатки информации, полученной с помощью панели покупателей? Как формируется панель покупателей?
6. Чем различаются методы сбора информации о реакции покупателей на изменение цен в условиях контролируемого эксперимента и неконтролируемого эксперимента?
7. В каких случаях рекомендуется получить информацию о поведении покупателей на основе анкетного опроса покупателей?
8. В чем суть некомбинационного анализа? В исследовании рынка каких товаров он находит наибольшее распространение?
9. Как влияют современные компьютерные технологии на развитие методов сбора информации о поведении покупателей?
10. Какие службы на предприятии занимаются сбором информации о поведении покупателей?
11. Какими методами можно составить прогноз динамики цен?
12. В каких случаях для прогнозирования динамики цен не следует использовать метод прогнозной экстраполяции?

Индивидуальные и групповые задания

Задание 1. Фирма на условиях скользящих цен получила заказ на поставку оборудования. Дата получения заказа — январь 2016 г., срок поставки — декабрь 2017 г. Предложенные поставщиком условия скользящих цен

определяют следующую раскладку цены на составляющие: стоимость материалов – 50%, стоимость рабочей силы – 20%; неизменная часть цены – 30%.

Предполагается, что за 2016-2017 гг. цены на материалы вырастут на 17%, а ставки номинальной заработной платы повысятся в машиностроении на 25%. Приняв базисную цену за 100 условных единиц, определите по формуле скольжения ожидаемый процент повышения цены.

Задание 2. Рассчитайте цену товара на момент поставки исходя из следующих условий. Цена товара на момент заключения договора поставки составила 1200 руб., доля заработной платы в цене товара на момент заключения договора составила 20%, доля сырья — 35%. Стоимость 1 кг сырья на момент заключения договора — 300 руб., на момент исполнения договора — 450 руб., заработная плата на момент заключения договора — 2200 руб., на момент исполнения договора — 3300 руб.

Тестируемый контроль

1. Под монополистической конкуренцией понимают такую структуру рынка, при которой:

а) взаимодополняемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей;

б) взаимодополняемые товары производятся небольшим числом независимых друг от друга производителей;

в) взаимозаменяемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей;

г) все товары производятся в условиях конкуренции.

2. На рынке свободной конкуренции предприятие придерживается:

а) адаптивной политики цен;

б) политики приспособления к ведущим конкурентам;

в) маркетингового ценообразования;

г) политики доминирующего лидерства.

3. Продавцы придерживаются политики адаптивного ценообразования:

а) на олигопольном рынке;

б) рынке монополистической конкуренции;

в) рынке свободной конкуренции;

г) монопольном рынке.

4. Олигополия — это такая рыночная структура, при которой:

а) в отрасли незначительное количество производителей, которые могут согласовать свои действия;

б) товар однороден, входные барьеры отсутствуют, имеется один продавец и много покупателей;

в) товар однороден, имеется много продавцов и один покупатель;

г) в отрасли один производитель и несколько покупателей, товар однороден.

5. Важная черта, которая отличает монополистическую конкуренцию от совершенной конкуренции, состоит в том, что:

а) имеются серьезные барьеры для вхождения на рынок монополистической конкуренции;

б) конкурирующие фирмы продают дифференцированный товар, а не однородный;

в) в длительном периоде в условиях монополистической конкуренции фирмы получают экономическую прибыль; г) конкурирующие фирмы продают уникальные товары.

6. В группу условий совершенной конкуренции входит условие:

а) имеется много продавцов и покупателей и каждый из них производит лишь малую долю всего объема этого товара;

б) товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателя;

в) информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна;

г) отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль для нового производителя и нет препятствия для выхода их из отрасли.

7. Поощрительное или сдерживающее воздействие цены на производство и потребление различных видов товаров обеспечивается:

а) учетно-измерительной функцией;

б) стимулирующей функцией;

в) регулирующей функцией;

г) распределительной функцией.

8. Функцией, показывающей, во что обходится обществу удовлетворение конкретной потребности в той или иной продукции, является:

а) учетно-измерительная функция;

б) стимулирующая функция;

в) функция перелива капитала;

г) распределительная функция.

9. Для рынка монополистической конкуренции характерно:

а) Цены и ценообразование в полной зависимости от конкурентов;

б) Цены и ценообразование в соответствии с позиционированием товара;

в) чисто монопольное Цены и ценообразование;

г) соглашение по ценам.

10. Когда говорят, что конкурентная фирма является «ценополучателем», имеется в виду, что:

а) фирма получит максимальную прибыль, если снизит удельные затраты, а не цену;

б) фирма не имеет возможности воздействовать на уровень рыночных цен;

в) фирма будет корректировать объем выпуска, не контролируя уровень издержек производства;

г) рыночная цена продукта никак не влияет на решение фирмы о производстве.

Задачи

Задание 1. Составьте анкету для опроса покупателей с целью определения цены нового товара.

Задание 2. Предложите наиболее приемлемый метод для оценки реакции покупателей на изменение цен на следующие виды товаров: товары бытовой химии; продукты питания; недвижимость; ювелирные изделия; стоматологические услуги; автомобили; образовательные услуги. Обоснуйте выбор метода.

Тема 3. Ценовая стратегия (ПК-4.1, ПК-4.2)

Вопросы для опроса

1. Какие структурные подразделения предприятия участвуют в формировании и реализации ценовой политики?

2. Назовите основные цели ценовой политики предприятия.

3. Назовите основные этапы процесса формирования стратегии ценообразования и раскройте их содержание.

4. Как влияет структура затрат на выбор стратегии ценообразования?

5. Как влияет эластичность спроса по цене на выбор стратегии ценообразования?

6. Почему фирмы, осуществляющие продажу по каталогам, выбирают стратегию случайной скидки?

7. Какие показатели необходимо проанализировать, принимая решение о снижении цены на одном из сегментов рынка?

Индивидуальные и групповые задания

Задача 1. Распределить РСЭО между изделиями А и Б пропорционально коэффициентам машино-часов. Сумма РСЭО по цеху за месяц 155 млн. руб. В цехе за месяц изготовлено 140 изделий А 260 изделий Б. Оборудование в цехе сгруппировано в три группы. Норма времени на изготовление изделия А на первой группе оборудования (t_{a1}) 50 н-часов, на второй группе (t_{a2}) 35 нормо-часов, на третьей группе (t_{a3}) 33 нормо-часов.

Для изделия Б: $t_{b1} = 16$ нормо-часов, $t_{b2} = 4$ нормо-часов. Первая группа оборудования является базовой. Нормативная величина стоимости норма-часа первой группы оборудования – 6,5 тыс. р., второй - 7,4 тыс. р., третьей – 3,7 тыс. р.

Задача 2. Рассчитать производственную и полную себестоимость, оптовую и отпускную цены трикотажного изделия (комплект для мальчика) на основе следующих данных:

- сырье и материалы - 222,9 руб.;

- топливо и электроэнергия на технологические цели - 6,94 руб.; - основная заработная плата производственных рабочих - 18,76 руб.; дополнительная заработная плата производственных рабочих - 10 % от основной;

- отчисления во внебюджетные фонды - 26 % от суммы основной и дополнительной заработной платы;

- общепроизводственные расходы - 16 % от основной заработной платы производственных рабочих;

- общехозяйственные расходы - 19 % от основной заработной платы производственных рабочих; - коммерческие расходы - 1,5 % от производственной себестоимости.

Уровень рентабельности 20%, НДС – 10%.

Тестируемый контроль

1. Основное условие применения стратегии дифференцированного ценообразования:

- а) возможность позиционирования товара;
- б) наличие свободных производственных мощностей;
- в) высокая степень конкуренции;
- г) низкая эластичность спроса по цене.

2. Убыточным лидером продаж называется товар:

- а) продаваемый по цене ниже себестоимости;
- б) продаваемый с минимальной прибылью для привлечения - к покупке других товаров фирмы;

в) продаваемый в меньшем количестве, чем другие товары;

г) продаваемый в большем количестве, чем другие товары.

3. Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется:

- а) при высокой эластичности спроса по цене;
- б) низкой эластичности спроса по цене;
- в) единичной эластичности спроса по цене;
- г) положительной эластичности спроса по цене.

4. Стратегия нейтрального ценообразования означает:

- а) установление цен на уровне фирм-конкурентов;
- б) установление цен со средним по отрасли уровнем прибыли;
- в) расчет цен затратными методами;
- г) установление цены в соответствии с экономической ценностью товара.

5. Стратегия премиального ценообразования не применима:

- а) при высокой эластичности спроса по цене;
- б) низкой эластичности спроса по цене;
- в) высоких удельных переменных затратах;
- г) низких удельных переменных затратах.

6. Для дифференцированного ценообразования необходимо:

- а) высокоэластичный рыночный спрос;
- б) умение изолировать рынки с целью устранения возможности перепродажи товара;

в) различная ценовая эластичность для отдельных субрынков;

г) наличие определенной монопольной власти фирмы-производителя.

7. Стратегия дифференцированного ценообразования означает:

- а) продажу товаров в кредит;
- б) продажу товаров по индивидуальной цене каждому покупателю;
- в) продажу товаров по различным ценам разным покупателям;
- г) продажу товаров по единым ценам всем покупателям.

8. Для дифференцированного ценообразования необходимо:

- а) сегментирование покупателей по уровню доходов;
- б) отсутствие правовых ограничений;
- в) использование конкурентами дифференцированного ценообразования;
- г) отсутствие возможности проникновения конкурентов на высокодоходный сегмент рынка.

9. Стратегия ступенчатых премий означает:

- а) снижение цены товара по мере освоения рынка;
- б) увеличение цены товара по мере освоения рынка;
- в) увеличение премии продавцу за рост объемов продаж;
- г) премиальные выплаты покупателю за увеличение закупок.

10. Снижение цены товара по мере освоения рынка называется:

- а) стратегия убыточного лидера продаж;
- б) стратегия ступенчатых премий;
- в) стратегия премиального ценообразования;
- г) стратегия нейтрального ценообразования.

Задачи

Задание 1. Косметическая фирма осуществляет продажу своей продукции по каталогам на рынке покупателей со средним уровнем доходов. Доля переменных затрат составляет 30% к объему реализации продукции в стоимостном выражении. Фирма предлагает скидку в 20% на 40% продукции. По оценкам специалистов это предложение вызовет рост объема продаж продукции со скидкой на 35% и продукции без скидки на 10%. Оцените финансовые последствия данного предложения. Как изменится прибыль фирмы? Будет ли данное решение выгодным?

Задание 2. Авиакомпания S рассматривает последствия двух альтернативных стратегий ценообразования:

- 1) снижение тарифов на авиабилеты на 10%;
- 2) применение бонусной программы, направленной на привлечение постоянных клиентов под лозунгом «Каждая четвертая поездка — бесплатно».

Дайте ваши рекомендации по выбору наиболее эффективной стратегии ценообразования, если известны базисные тарифы, размер переменных затрат в тарифе, коэффициенты эластичности спроса по цене для клиентов, приобретающих билеты по разным тарифам, доля клиентов, которые смогут, вероятно, воспользоваться бонусным предложением.

Тема 4. Методы затратного ценообразования (ПК-4.1, ПК-4.2)

Вопросы для опроса

1. Как влияет структура затрат на выбор стратегии ценообразования?
2. Как влияет эластичность спроса по цене на выбор стратегии ценообразования?
3. Почему фирмы, осуществляющие продажу по каталогам, выбирают стратегию случайной скидки?

Индивидуальные и групповые задания

Задача 1

Рассчитать производственную и полную себестоимость трикотажного изделия (шорты детские) на основе следующих данных:

- сырье и материалы - 99,35 руб.;
- топливо и электроэнергия на технологические цели - 6,40 руб.;
- основная заработная плата производственных рабочих - 22,30 руб.;
- дополнительная заработная плата производственных рабочих - 10 % от основной;
- отчисления во внебюджетные фонды - 26 % от суммы основной и дополнительной заработной платы;
- общепроизводственные расходы - 15 % от основной заработной платы производственных рабочих;
- общехозяйственные расходы - 19 % от основной заработной платы производственных рабочих;
- коммерческие расходы - 1,5 % от производственной себестоимости.

Тестируемый контроль

1. К методам затратного ценообразования относятся:
 - а) метод удельного ценообразования;
 - б) калькулирование по полным затратам;
 - в) параметрические методы;
 - г) агрегатный метод.
2. Калькулирование по полным затратам:
 - а) не учитывает постоянные затраты;
 - б) не учитывает переменные затраты;
 - в) определяет цену с учетом постоянных и переменных затрат;
 - г) учитывает спрос покупателей.
3. Недостатки методов затратного ценообразования:
 - а) сложность сбора информации;
 - б) недостоверность исходных данных;
 - в) игнорирование информации о поведении покупателей;
 - г) игнорирование информации о поведении конкурентов.
4. Калькулирование по сокращенным затратам:
 - а) учитывает постоянные затраты;
 - б) учитывает переменные затраты;
 - в) учитывает прямые затраты на материалы;
 - г) учитывает мнения экспертов.

5. Причины широкого распространения методов затратного ценообразования на практике:

- а) доступность информации об издержках;
- б) справедливость по отношению к участникам товарообменной операции;
- в) наиболее точный расчет рыночной цены;
- г) надежность информации.

6. Если производитель контролирует цену конечной продажи, то при расчете розничной цены следует использовать:

- а) торговую надбавку;
- б) торговую скидку;
- в) оптовую скидку;
- г) сезонную скидку.

7. Если мощности предприятия загружены не полностью, то нижней границей цены являются:

- а) полные затраты на производство и реализацию;
- б) сокращенные затраты;
- в) себестоимость и среднеотраслевая прибыль;
- г) материальные затраты.

8. При благоприятной конъюнктуре рынка нижняя граница цены включает:

- а) полные затраты на производство и реализацию;
- б) сокращенные затраты;
- в) себестоимость и среднеотраслевую прибыль;
- г) материальные затраты.

9. Постоянные затраты могут включаться в себестоимость пропорционально:

- а) переменным затратам;
- б) материальным затратам;
- в) заработной плате;
- г) количеству продукции.

Задача

Задание 1. Определите среднюю оптовую цену 1 т сыров в июле и ноябре анализируемого года. Известны следующие данные:

- средняя закупочная цена 1 т молока в июле — 1000 руб.;
- средняя закупочная цена 1 т молока в ноябре — 1500 руб.;
- расход молока на 1 т готовой продукции — 9,5 т;
- средняя розничная цена 1 т сыров — 180 000 руб.;
- расходы по производству и доставке сыров — 26 000 руб.;
- стоимость используемых отходов — 1520 руб.; и торговая скидка — 15% к розничной цене;
- рентабельность производства — 20% к себестоимости.

Тема 5. Методы затратного ценообразования (ПК-4.1, ПК-4.2)

Вопросы для опроса

1. В чем состоят основные недостатки затратного ценообразования?
2. Почему методы затратного ценообразования достаточно распространены на практике?
3. Чем торговая скидка отличается от торговой наценки?
4. В чем суть методов калькулирование по полным затратам?
5. Какие задачи можно решить, применяя калькулирование по сокращенным затратам?
6. Как определить нижнюю границу цены товара?

Индивидуальные и групповые задания

Задача 1. Рассчитать производственную и полную себестоимость трикотажного изделия (шорты детские) на основе следующих данных:

- сырье и материалы - 52,35 руб.;
- топливо и электроэнергия на технологические цели - 5,40 руб.;
- основная заработная плата производственных рабочих - 19,30 руб.;
- дополнительная заработная плата производственных рабочих - 10 % от основной;
- отчисления во внебюджетные фонды - 26 % от суммы основной и дополнительной заработной платы;
- общепроизводственные расходы - 15 % от основной заработной платы производственных рабочих;
- общехозяйственные расходы - 19 % от основной заработной платы производственных рабочих;
- коммерческие расходы - 1,5 % от производственной себестоимости.

Рассчитать также оптовую и отпускную цену, если Уровень рентабельности 16%, НДС – 10%.

Тестируемый контроль

1. К методам ценностного ценообразования не относится:
 - а) калькулирование по полным затратам;
 - б) удельное Цены и ценообразование;
 - в) метод целевой прибыли;
 - г) балльный метод.
2. К параметрическим методам ценообразования относятся:
 - а) метод удельных показателей;
 - б) метод целевой прибыли;
 - в) балльный метод;
 - г) метод корреляционно-регрессионного анализа.
3. Коэффициент конкордами показывает:
 - а) степень согласованности мнений экспертов;
 - б) степень весомости характеристик товара;
 - в) степень компетентности экспертов;
 - г) степень приоритетности параметров.

4. Метод удельного ценообразования:

- а) учитывает мнение покупателей;
- б) не учитывает мнение покупателей;
- в) учитывает изменение основного параметра;
- г) не учитывает изменение основного параметра.

5. Метод парных сравнений:

- а) основан на количественной экспертной оценке;
- б) основан на экспертной оценке предпочтений;
- в) основан на оценке затрат;
- г) основан на данных статистики.

6. Параметрический ряд:

- а) включает продукцию, одинаковую по назначению и технологии изготовления;
- б) включает продукцию, одинаковую по назначению;
- в) включает разнородную продукцию;
- г) включает взаимодополняющую продукцию.

Задачи

Задание 1. Какие параметры вы рекомендуете проанализировать для определения положительных и отрицательных отличий следующих товаров: телевизоры; мотоциклы; принтеры; образовательные услуги; медицинские услуги.

Задание 2. Дайте аргументированный ответ на вопрос начинающего художника: «Я не понимаю, как оценивать свои работы, из чего исходить. Как правило, раньше я продавал свои работы дешево друзьям и всегда испытывал некое разочарование от продажи картин. Некоторые картины, которые я видел, казались мне не лучше моих, но стоили они гораздо дороже, и, что интересно, их покупали. В то же время не покупали недорогие картины. Как правильно назначить цену картины?»

Задание 3. Рассчитайте цену электродвигателя, мощность которого составляет 30 кВт, если в качестве базового используется электродвигатель мощностью 20 кВт по цене 3000 руб., остальные параметры неизменны.

Тема 6. Цены и ценообразование конкурсные проекты (ПК-4.1, ПК-4.2)

Вопросы для опроса

- 1 Сущность и виды торгов.
- 2 Количественный и качественный анализ условий торгов. Выбор цены предложения.
- 3 Законодательное регулирование государственных закупок в РФ.

Индивидуальные и групповые задания

Задача 1. Рассчитать производственную и полную себестоимость изделия станкостроительного предприятия, определить удельный вес

отдельных статей затрат в полной себестоимости на основе следующих данных:

- сырье и материалы – 11 581,83 руб.;
- покупные комплектующие изделия и полуфабрикаты – 62,40 руб.;
- транспортно-заготовительные расходы - 926,74 руб.;
- основная заработная плата производственных рабочих - 6 524,76 руб.;
- дополнительная заработная плата производственных рабочих - 10 % от основной и дополнительной заработной платы;
- отчисления во внебюджетные фонды - 26 % от суммы основной и дополнительной заработной платы;
- общепроизводственные расходы - 385 % от основной заработной платы производственных рабочих;
- общехозяйственные расходы - 135 % от основной заработной платы производственных рабочих;
- коммерческие расходы - 0,4 % от производственной себестоимости.

Рассчитать также оптовую и отпускную цену, если Уровень рентабельности 20%, НДС – 18%.

Тестируемый контроль

1. Колебание цен зависит от следующих факторов:
 - а) затрат производства,
 - б) изменения спроса,
 - в) отдаленности рынка сбыта,
 - г) стоимости упаковки.
2. Какие цены устанавливает торговая организация:
 - а) оптовые,
 - б) розничные,
 - в) базовые,
 - г) все выше перечисленные.
3. Базовые цены включают:
 - а) оптовую цену производителя + затраты и прибыль оптовых продавцов,
 - б) оптовые цены + затраты и прибыль торговых организаций,
 - в) устанавливаются на предварительные виды продукции определенного назначения с фиксированными параметрами качества,
 - г) верны а) и б).
4. По степени учета затрат и прибыли цены бывают:
 - а) оптовые,
 - б) преysкуранные,
 - в) покупателя,
 - г) розничные.
5. Свободные и преysкуранные цены - это виды цен в зависимости от:
 - а) степени учета затрат и прибыли,
 - б) степени самостоятельности предприятия,
 - в) региона реализации,

г) учета транспортных расходов.

6. Какие цены в рыночных условиях устанавливаются производителем товара самостоятельно:

- а) прейскурантные,
- б) цены каталога,
- в) цены НЕТТО,
- г) свободные.

7. Какие цены устанавливаются в договоре между продавцом и покупателем по согласованию сторон:

- а) цены продавца,
- б) цены покупателя,
- в) договорные цены,
- г) верны а) и б).

8. Фиксированные цены:

а) утверждаются государством и местными органами власти как постоянные и действуют на протяжении определенного времени,

б) устанавливаются в договоре между продавцом и покупателем по согласованию сторон,

в) официальные цены, публикуемые в каталогах и проспектах фирм оптовой торговли,

г) в рыночных условиях устанавливаются производителем товара самостоятельно.

9. Фактическая денежная сумма покупки товара на рынке, по которой осуществляются сделки купли-продажи или по которым покупатель готов приобрести товар, - это:

- а) свободные цены,
- б) цены каталога,
- в) цены покупателя,
- г) договорные цены.

10. Чистая цена товара на месте его купли-продажи - это:

- а) фиксированная цена,
- б) цена продавца,
- в) регулируемая цена,
- г) цена НЕТТО.

Задачи

Задание 1. Предприятие должно решить задачу, аналогичную описанной выше при условии, что его мощности позволяют производить 1200 единиц продукции.

Задание 2. Какую цену оферты может предложить предприятие, переменные затраты которого на единицу продукции составляют 6000 руб., при цене продукции 15 000 руб. Вероятность победы в торгах составляет 0,1. При снижении цены оферты на 1000 руб. вероятность победы в торгах увеличивается на 0,1.

Задание 3. Какую цену оферты может предложить предприятие,

переменные затраты которого на единицу продукции составляют 20 000 руб., если рыночная цена продукции составляет 45 000 руб. Известна информация о сложившейся в прошлом зависимости вероятности победы в торгах от соотношения цен оферты и рыночных цен.

Показатель	Значение показателя				
	10	20	30	40	50
Степень снижения цены оферты по сравнению с рыночной ценой, %	10	20	30	40	50
Вероятность победы в торгах	0,15	0,25	0,35	0,50	0,60

Тема 7. Эластичность спроса по цене (ПК-4.1, ПК-4.2)

Вопросы для опроса

- 1 Оценка коэффициентов эластичности.
- 2 Учет факторов, влияющих на эластичность спроса при принятии ценовых решений.
- 3 Перекрестная эластичность спроса по цене. Взаимозаменяемые, взаимодополняемые и нейтральные товары.
4. Эластичность спроса по доходам.

Индивидуальные и групповые задания

Задача 1

Рассчитать производственную и полную себестоимость резинотехнического изделия (ремень приводной кордошнуровой), определить удельный вес отдельных статей затрат в полной себестоимости на основе следующих данных (данные приводятся в расчете на 1 000 шт.):

Затраты	Ед. измерения	Норма расхода	Цена, руб.	Стоимость материала, руб.
Сырье и материалы:	кг	1,808	40,00	
1. Латекс Л-18				
2. Смола «Макромад»	кг	0,064	17,00	
3. Смола СФ-282	кг	0,640	83,33	
4. Формалин	кг	0,288	5,80	
5. Натр едкий «ТД»	кг	0,018	10,10	
6. Ткань ОТ-1 ш. 140	м ²	225,280	24,00	
7. Нить крученая полиэфирная	кг	31,680	91,08	
Итого материалов	-	-	-	
ТЗР (2,3 % от стоимости материалов)	-	-	-	
Всего	-	-	-	

Кроме того, предусмотрены следующие расходы:

- полуфабрикаты собственного производства - 11 694,37 руб.;
- основная заработная плата производственных рабочих - 4 135,54 руб.;
- дополнительная заработная плата производственных рабочих - 12 % от основной;
- отчисления во внебюджетные фонды - 26 % от суммы основной и дополнительной заработной платы;
- общепроизводственные расходы - 225 % от основной заработной платы производственных рабочих;

- общехозяйственные расходы - 210 % от основной заработной платы производственных рабочих;

- коммерческие расходы - 2,16 % от производственной себестоимости.

Задача 2

Рассчитать производственную и полную себестоимость трикотажного изделия (шорты детские) на основе следующих данных:

- сырье и материалы - 99,35 руб.;

- топливо и электроэнергия на технологические цели - 6,40 руб.;

- основная заработная плата производственных рабочих - 22,30 руб.;

- дополнительная заработная плата производственных рабочих - 10 % от основной;

- отчисления во внебюджетные фонды - 26 % от суммы основной и дополнительной заработной платы;

- общепроизводственные расходы - 15 % от основной заработной платы производственных рабочих;

- общехозяйственные расходы - 19 % от основной заработной платы производственных рабочих;

- коммерческие расходы - 1,5 % от производственной себестоимости.

Тестируемый контроль

1. Снижение цены на товар приводит к росту выручки от продаж в случае:

а) высокоэластичного спроса;

б) низкоэластичного спроса;

в) единичной эластичности;

г) положительной эластичности.

2. Товар Гиффена — это товар:

а) объем спроса на который растет при росте денежного дохода потребителя;

б) объем спроса на который может расти при падении реального дохода потребителя и неизменности относительных цен товаров;

в) объем спроса на который не изменяется при изменении цены данного товара;

г) предложение которого не зависит от изменения цен.

3. На какую категорию товаров падает спрос при росте денежного дохода населения:

а) товары первой необходимости; >

б) бытовые услуги;

в) предметы роскоши;

г) товары с единичной эластичностью спроса?

4. Эластичность спроса по цене — это:

а) зависимость спроса от цены;

б) зависимость изменения спроса от изменения цены;

в) зависимость спроса от изменения цены; ■

г) зависимость спроса от доходов.

5. Если коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене больше нуля, то товары являются:

- а) взаимозаменяемыми;
- б) взаимодополняемыми;
- в) независимыми;
- г) нормальными.

6. Снижение эластичности спроса по цене может быть достигнуто в результате:

- а) активной рекламной компании;
- б) снижения затрат на производство единицы продукции;
- в) выгодного размещения предприятия;
- г) повышения цен.

7. Если коэффициент эластичности спроса по цене равен -2 , то снижение цены на 3% вызовет:

- а) увеличение выручки на 6%;
- б) снижение выручки на 3%;
- в) увеличение выручки на 2,8%;
- г) увеличение объема спроса на 6%.

8. Если при снижении цены выручка уменьшается, то это:

- а) высокоэластичный спрос;
- б) низко эластичный спрос;
- в) спрос с единичной эластичностью;
- г) спрос с положительной эластичностью.

9. Определите, что произойдет при повышении цен на бифштексы в студенческом кафе:

- а) рост цены на сосиски;
- б) снижение цены на сосиски;
- в) уменьшение спроса на бифштексы;
- г) рост спроса на сосиски.

10. Если бы эластичность спроса на сумки была нулевой, это означало бы, что:

- а) по текущим ценам можно продавать любое количество сумок;
- б) данное количество сумок будет куплено по сколь угодно высоким ценам;
- в) потребители готовы купить любой объем данного блага по любой цене;
- г) потребители не согласны на изменение количества продаж сумок и цены.

Задачи

Задание 1. Определите дуговой коэффициент эластичности спроса по цене, если известно, что при "цене 20 руб. объем спроса на товар 600 ед., а при цене 30 руб. — 400 ед. К какой группе следует отнести данный товар?,

Если вы стремитесь к увеличению выручки от продаж данного товара, то вам следует повысить или снизить цены?

Задание 2. Используя приведенные данные, рассчитайте дуговой коэффициент прямой эластичности спроса по цене на товар *A* и перекрестной эластичности спроса — на товар *B*.

	Цена товара <i>A</i> , руб.	Цена товара <i>B</i> , руб.	Объем спроса на товар <i>A</i> , шт.	Объем спроса на товар <i>B</i> , шт.
Ситуация 1	16 200	10 000.	30	60
Ситуация 2	12 525	10 000	40	55

Тема 8. Регулирование цен (ПК-4.1, ПК-4.2)

Вопросы для опроса

- 1 Распределение функций по государственному регулированию цен. Область применения регулируемых цен
2. Методы государственного регулирования цен.
- 3 Антимонопольное регулирование цен.

Индивидуальные и групповые задания

Задача 1

Рассчитать производственную и полную себестоимость, оптовую и отпускную цены изделия (кепи летнее) на основе следующих данных:

- сырье и материалы — 94,75 руб.;
- топливо и электроэнергия на технологические цели - 13,54 руб.;
- основная заработная плата производственных рабочих - 27,50 руб.;
- дополнительная заработная плата производственных рабочих - 10 % от основной;
- отчисления во внебюджетные фонды - 26 % от суммы основной и дополнительной заработной платы;
- общепроизводственные расходы - 15 % от основной заработной платы производственных рабочих;
- общехозяйственные расходы - 18 % от основной заработной платы производственных рабочих; - коммерческие расходы - 1,5 % от производственной себестоимости.

Уровень рентабельности 20%, НДС – 20%.

Тестируемый контроль

1. На уровне субъектов федерации цены регулируются:
 - а) на перевозки пассажиров и багажа всеми видами общественного транспорта в городском и пригородном сообщениях;
 - б) протезно-ортопедические изделия;
 - в) услуги систем водоснабжения и канализации;
 - г) плату за обучение в вузах;
 - д) оплату населением жилья и коммунальных услуг.
2. Регулирование цен на продукцию ликёро-водочной промышленности осуществляется в форме:
 - а) предельного уровня рентабельности;

- б) фиксированных цен;
 - в) предельно высоких цен;
 - г) предельно низких цен.
3. Государство регулирует:
- а) торговые надбавки на обувь;
 - б) торговые надбавки на продукты детского питания;
 - в) торговые надбавки на товары, реализуемые на Крайнем Севере и в приравненных к нему районах;
 - г) торговые надбавки на ткани.
4. Цены регулируются на уровне субъектов Федерации:
- а) на услуги, оказываемые предприятиями промышленности железнодорожным транспортом на подъездных путях;
 - б) керосин;
 - в) протезно-ортопедические изделия;
 - г) топливо твердое, реализуемое для населения.
5. К косвенным методам регулирования цен можно отнести:
- а) установление предельного норматива рентабельности;
 - б) установление рекомендательных цен по важнейшим видам продукции;
 - в) изменение акцизной ставки;
 - г) установление паритетных цен.
6. Цена предельная — это:
- а) цена, при которой объем спроса на товар равен объему его предложения;
 - б) максимальное количество денег, которое покупатель готов заплатить за товар;
 - в) значение цены, устанавливаемое государством в качестве ее верхнего или нижнего предела;
 - г) цена, складывающаяся на рынке в ходе взаимодействия продавцов и покупателей.
7. К продукции, цены на которую регулируются на федеральном уровне, относятся:
- а) алмазное сырье и драгоценные камни;
 - б) газ природный, реализуемый населению;
 - в) электро- и тепло энергия, тарифы на которые регулируются ФЭК;
 - г) ликеро-водочная продукция крепостью свыше 28%, ввозимая на территорию Российской Федерации.
8. Регулирование цен на продукцию предприятий-монополистов может осуществляться в форме установления:
- а) скользящих цен;
 - б) предельных цен;
 - в) сезонных цен;
 - г) преysкурантных цен.

Задачи

Задание 1. Вы являетесь менеджером организации, осуществляющей продажу продуктов питания. Перед вами поставлена задача увеличения выручки на 8%. Для достижения этой задачи вы предлагаете снизить цены на 10%. Проверить обоснованность ваших предположений реакции покупателей на изменение цен можно, первоначально изменив цены в одном из магазинов, а затем, в случае положительного результата, распространить акцию по снижению цен на более широкую сеть магазинов.

Определите коэффициент эластичности спроса по цене, используя тот факт, что индексы прироста показателей соотносятся так же, как сами показатели. Допустим, в результате снижения цены в одном из магазинов, на 10% выручка увеличилась на 5%. При каком изменении цен, при рассчитанной вами эластичности спроса по цене, можно ожидать увеличения объема продаж на 8%?

Задание 2. Определите возможное изменение выручки в результате повышения цены на 15%, если коэффициент эластичности спроса по цене данного товара равен 2,5.

Тема 9. Зарубежный опыт государственного регулирования цен (опыт промышленно-развитых стран) (ПК-4.1, ПК-4.2)

Вопросы для опроса

1. Государственное регулирование цен в США.
2. Государственное регулирование цен в Испании.
3. Государственное регулирование цен в Франции.
4. Государственное регулирование цен в Японии.
5. Формирование цен на товары и услуги в США.
6. Процесс ценообразования во Франции.

Индивидуальные и групповые задания

Задача 1

Рассчитать производственную и полную себестоимость, оптовую и отпускную цены изделия (кепи зимнее) на основе следующих данных и дать оценку политики ценообразования:

- сырье и материалы - 159,65 руб.;
- топливо и электроэнергия на технологические цели - 14,84 руб.;
- основная заработная плата производственных рабочих - 31,00 руб.;
- дополнительная заработная плата производственных рабочих - 10 % от основной;
- отчисления во внебюджетные фонды - 26 % от суммы основной и дополнительной заработной платы;
- непроизводственные расходы - 22 % от основной заработной платы производственных рабочих;
- общехозяйственные расходы - 23 % от основной заработной платы производственных рабочих;
- коммерческие расходы - 1,5 % от производственной себестоимости.

Уровень рентабельности 30%, НДС – 18%.

- общехозяйственные расходы - 135 % от основной заработной платы производственных рабочих;
- коммерческие расходы - 0,4 % от производственной себестоимости.

Тестируемый контроль

1. Прибыль — это:
 - а) валовый доход предприятия,
 - б) валовый доход за вычетом налогов,
 - в) часть валового дохода предприятия за вычетом всех затрат на производство и коммерческую деятельность,
 - г) выручка от реализации продукции.
2. Необходимая прибыль — это:
 - а) выражение в денежной форме текущих поступлений,
 - б) сумма, достаточная для поддержания производственно-хозяйственной деятельности предприятия,
 - в) сумма валовых расходов и амортизационных отчислений,
 - г) источник уплаты налогов.
3. В условиях рыночной экономики динамика цен формируется ...
 - а) сознательно
 - б) субъективно
 - в) непредсказуемо
 - г) под влиянием государства
4. Рентабельность — это относительный показатель эффективности производства:
 - а) в общем виде,
 - б) в текущих затратах,
 - в) в стоимости капитала,
 - г) в балансовой прибыли.
5. Затратный подход к ценообразованию основан на учёте ...
 - а) всех фактических затрат на производство и сбыт товаров
 - б) прямых затрат на производство товара
 - в) постоянных затрат на производство товара
6. Показатель рентабельности производства — это:
 - а) собственный капитал и сбыт,
 - б) несколько завышенная производственно-хозяйственная деятельность предприятия,
 - в) эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия,
 - г) порядок использования чистого продукта.
7. Сумма, достаточная для поддержания производственно-хозяйственной деятельности предприятия при достигнутых объемах выпуска продукции:
 - а) необходимая,
 - б) предельная,

- в) балансовая,
 - г) чистая.
8. Внешние факторы ценообразования
- а) Специфика жизненного цикла продукции
 - б) Организация сервиса
 - в) Стабильность в стране
 - г) Характер регулирования экономики государством

Задачи

Задание 1. И.В. Липсиц в предисловии к учебнику «Коммерческое Цены и ценообразование» пишет: «В январе 1992 г. в России была осуществлена либерализация ценообразования и на смену контролируемому затратному ценообразованию пришло бесконтрольное». Согласны ли вы с этим утверждением?

Задание 2. Согласно Закону РФ от 21 мая 1993 г. № 5003-1 «О таможенном тарифе», Правительством РФ могут устанавливаться сезонные и особые пошлины.

Сезонные пошлины применяются для оперативного регулирования ввоза и вывоза, срок их действия не может превышать шесть месяцев в году. Специальные пошлины применяются в качестве защитной меры, если товары ввозятся на таможенную территорию Российской Федерации в количествах и на условиях, наносящих или угрожающих нанести ущерб отечественным производителям, а также как ответная мера на действия, ущемляющие интересы страны. Антидемпинговые пошлины применяются в случае ввоза товаров по цене более низкой, чем их нормальная стоимость в стране вывоза. Компенсационные пошлины применяются в случаях ввоза товаров, при производстве которых прямо или косвенно использовались субсидии.

Как данные меры влияют на уровень цен на ввозимые товары и на товары, производимые на таможенной территории Российской Федерации? К какой группе мер государственного регулирования цен можно их отнести?

Как данные меры влияют на спрос и предложение данных и аналогичных товаров?

При решении каких вопросов ценовой политики должны учитываться мероприятия государства по применению особых и сезонных пошлин?

Тема 10. Риск в ценообразовании (ПК-4.1, ПК-4.2)

Вопросы для опроса

- 1 Понятие и сущность риска политики ценообразования.
2. Методы оценки рисков в процессе формирования цен.
3. Принятие ценовых решений в условиях риска и неопределенности.
4. Пути снижения риска принятия ценовых решений.

Индивидуальные и групповые задания

Задача 1

Рассчитать производственную и полную себестоимость изделия, определить удельный вес отдельных статей затрат в полной себестоимости на основе следующих данных и обосновать цену изделия:

- сырье и материалы – 13 581,83 руб.;
- покупные комплектующие изделия и полуфабрикаты – 55,40 руб.;
- транспортно-заготовительные расходы - 1006,74 руб.;
- основная заработная плата производственных рабочих - 5 524,76 руб.;
- дополнительная заработная плата производственных рабочих - 10 % от основной и дополнительной заработной платы;
- отчисления во внебюджетные фонды - 26 % от суммы основной и дополнительной заработной платы;
- общепроизводственные расходы - 385 % от основной заработной платы производственных рабочих;

Тестируемый контроль

1. Выберите условия, сопутствующие ситуации риска:
 - а) неопределенность;
 - б) противоречивость;
 - в) выбор альтернативы;
 - г) инновационность;
 - д) оценка вероятности осуществления выбранных вариантов;
 - е) опасность.
2. Выберите основные черты риска:
 - а) неопределенность;
 - б) противоречивость;
 - в) выбор альтернативы;
 - г) инновационность;
 - д) оценка вероятности осуществления выбранных вариантов;
 - е) опасность.
3. На формирование ценовой политики фирмы оказывают влияние ...
 - а) потенциальные потребители
 - б) издержки производства
 - в) уровень цен конкурентов
 - г) конъюнктура рынка
 - д) государственная политика цен
4. Стимулирует поиск нетрадиционных ценовых решений функция:
 - а) инновационная;
 - б) регулятивная;
 - в) защитная;
 - г) аналитическая.
5. Могут нести в себе как потери, так и дополнительную прибыль по отношению к ожидаемому результату ценовых решений риски:
 - а) чистые;
 - б) спекулятивные;
 - в) внутренние;

- г) внешние;
 - д) ретроспективные;
 - е) перспективные.
6. Какое выражение правильно характеризует нормативное значение коэффициента вариации в статистическом методе оценки рисков:
- а) $< 0,33$;
 - б) $> 0,33$;
 - в) 1.
7. Особенностью экспертных методов оценки риска является:
- а) отсутствие строгих математических доказательств оптимальности получаемых решений;
 - б) использование информации, полученной статистическим методом;
 - в) количественная оценка риска.
8. Основными методами снижения существующего риска ценовых решений НЕ являются?
- а) страхование;
 - б) избежание;
 - в) диверсификация;
 - г) оценка;
 - д) идентификация;
 - е) лимитирование.
- 9 Установление системы ограничений при принятии ценовых решений характерно для такого метода снижения риска, как:
- а) страхование;
 - б) резервирование средств;
 - в) лимитирование;
 - г) диверсификация;
 - д) избежание.
10. Диверсификация является способом снижения риска:
- а) систематического;
 - б) политического;
 - в) несистематического;
 - г) технического.
11. Внутренний фактор, влияющий на ценообразование:
- а) Качество конкурирующей продукции
 - б) Текущие цены на конкурирующую продукцию
 - в) Трудоёмкость производства
 - г) Использование ограниченных ресурсов

Задача

Задание 1. Объясните, какие факторы оказывают влияние на ценовую эластичность спроса на туристические услуги, если известно, что эластичность спроса по цене различна для следующих категорий:

- а) деловые поездки и поездки с личными целями;
- б) приготовление к путешествию и в процессе путешествия;

в) сектор низких цен и сектор сверхвысоких цен.

Тема 11. Взаимосвязь налогов и цен (ПК-4.1, ПК-4.2)

Вопросы для опроса

1. Налоговый Кодекс РФ о составе расходов, учитываемых в цене товара.
2. Взаимосвязь налогов и политики ценообразования.
3. Роль налоговых органов в регулировании цен.
4. Понятие и способы расчета рыночной цены для целей налогообложения.
5. Роль налогов в формировании цен на товары и услуги.

Индивидуальные и групповые задания

Задача 1

Себестоимость пачки сигарет с фильтром 4-го класса - 9 руб. Прибыль предприятия-изготовителя - 37 % от себестоимости. Оптовая надбавка - 5 %. Торговая надбавка - 20 %. Определите розничную цену, а также удельный вес (в процентах) каждого элемента в розничной цене товара, т. е. себестоимости, прибыли, акциза, НДС, оптовой и торговой надбавок.

Тестируемый контроль

1. Цена твердая — это:
 - а) цена, полученная на основе объективно обусловленных оценок затрат и дохода от реализации товара;
 - б) цена, ниже которой продавец не согласен продать свой товар, или цена, которую готов заплатить покупатель;
 - в) цена, установленная при заключении договора и остающаяся неизменной в течение всего срока его действия;
 - г) цена товаров, приобретаемых розничным торговцем у оптовика для дальнейшей перепродажи.
2. Не включается в свободную закупочную цену:
 - а) оптовая отпускная цена;
 - б) снабженческо-сбытовая надбавка;
 - в) прибыль производителя;
 - г) торговая надбавка.
3. Если при расчете сопоставимых цен за базу принят период исследования, то цены предыдущих периодов необходимо:
 - а) умножить на индекс инфляции;
 - б) оставить неизменными;
 - в) разделить на индекс инфляции.
4. Затратные методы ценообразования
 - а) метод целевого ценообразования
 - б) установление престижных цен
 - в) состязательный метод ценообразования

г) метод ценообразования с повышением цены посредством надбавок к ней

5. Подвижная цена — это:

а) цена разнородных по качеству товаров, устанавливаемая в среднем вне зависимости от индивидуальных качеств, сортов отдельных единиц товара;

б) цена, по которой товар реализуется с немедленной оплатой;

в) зафиксированная при заключении контракта цена, которая может быть пересмотрена в дальнейшем, если рыночная цена данного товара к моменту его поставки изменится;

г) цена, установленная на основе изучения спроса и предложения в условиях сильно монополизированного рынка.

6. При анализе средних цен корректно применить среднюю взвешенную по объемам продаж, если:

а) изменение цен не приводит к значительным изменениям объемов продаж;

б) изменение цен приводит к значительным изменениям объемов продаж;

в) изменения цен регистрируются через неравные интервалы;

г) цены остаются постоянными ,

7. Вам необходимо рассчитать изменение сопоставимых цен на газ. Для оценки инфляции вы будете применять:

а) индекс цен производителей промышленной продукции;

б) индекс потребительских цен;

в) индекс, цен в строительстве;

г) индексы цен на приобретенные промышленными организациями топливно-энергетические ресурсы.

8. Вам необходимо рассчитать изменение сопоставимых цен на пшеницу. Для оценки инфляции вы будете применять:

а) индекс цен производителей промышленной продукции;

б) индекс потребительских цен;

в) индексы цен производителей на реализованную сельскохозяйственную продукцию;

г) индекс цен на зерновые культуры.

9. Через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Цена здесь выполняет:

а) стимулирующую функцию;

б) распределительную функцию;

в) информационную функцию;

г) функцию сбалансирования спроса и предложения.

10. Цели ценовой политики

а) максимизация прибыли

б) минимизация издержек

в) стимулирование конкуренции

г) улучшение качества продукции

- д) расширение оборота предприятия
- е) увеличение собираемости налогов в казну

Задачи

Задание 1. В условиях предоставления предприятиям-производителям права формирования свободных оптовых отпускных цен, устанавливаемых исходя из конъюнктуры рынка, не является ли утверждение минимальных цен на водку, ликеро-водочную и другую алкогольную продукцию крепостью свыше 28% фактором, ограничивающим это право производителя, а также способом искусственного повышения цен на эту продукцию?

Задание 2. Определите возможную предельную розничную цену на лекарственное средство, зарегистрированная цена которого составила 150 руб., предельный размер снабженческо-сбытовой надбавки — 30%, предельный размер торговой надбавки — 20%.

Задание 3. Определите регулируемую оптовую и розничную цену на изделие предприятия пищевой промышленности при следующих, условиях: затраты на сырье и материалы — 27 руб.; оплата труда с начислениями — 5,7 руб.; косвенные расходы — 12% к переменным затратам; предельный уровень рентабельности — 20% к себестоимости; НДС — 10% к розничной цене (за вычетом торговой скидки); предельный уровень торговой скидки — 15 % к розничной цене.

Тема 12. Анализ безубыточности решений в ценообразовании (ПК-4.1, ПК-4.2)

Вопросы для опроса

1. Классификация затрат для целей налогообложения.
2. Бухгалтерская модель безубыточности: построение и анализ.
3. Координация ценообразования и ассортиментной политики.
4. Аутсорсинг в ценовой политике

Индивидуальные и групповые задания

Задание 1. Составьте анкету для опроса покупателей с целью определения цены нового товара.

Задание 2. Предложите наиболее приемлемый метод для оценки реакции покупателей на изменение цен на следующие виды товаров: товары бытовой химии; продукты питания; недвижимость; ювелирные изделия; стоматологические услуги; автомобили; образовательные услуги. Обоснуйте выбор метода.

Тестируемый контроль

1. Для определения себестоимости пользуются группировкой:
 - а) затрат,
 - б) доходов,

- в) изделий.
- 2. По характеру участия в производственном процессе затраты подразделяются на:
 - а) основные и косвенные,
 - б) прямые и косвенные,
 - в) постоянные и переменные.
- 3. По способу отнесения на себестоимость отдельного вида продукции издержки подразделяются на:
 - а) основные и косвенные,
 - б) прямые и косвенные,
 - в) постоянные и переменные.
- 4. Основные затраты связаны с:
 - а) обслуживанием производства,
 - б) производственным процессом,
 - в) реализацией.
- 5. Косвенные расходы включаются в себестоимость путем:
 - а) сокращения,
 - б) распределения,
 - в) целевой направленности.
- 6. Технологическая себестоимость — это:
 - а) сумма транспортных расходов,
 - б) сумма затрат на осуществление технологического процесса,
 - в) сумма затрат на выплату зарплаты.
- 7. Полная себестоимость — это:
 - а) сумма затрат на производство,
 - б) затраты цеха на производство,
 - в) сумма затрат на производство и сбыт.
- 8. Условно-постоянные затраты:
 - а) зависят от объема продукции,
 - б) не зависят от объема продукции.

Задачи

Задание 1. Определите предельную отпускную и предельную розничную цену на лекарственное средство при различных вариантах организации товародвижения, если зарегистрированная цена составляет 20 руб., предельная оптовая надбавка 30%, предельная розничная надбавка 35%.

Вариант 1. Фармацевтическая организация розничной торговли получила лекарственное средство от производителя по зарегистрированной цене.

Вариант 2. Фармацевтическая организация розничной торговли получила лекарственное средство от производителя по цене ниже зарегистрированной на 10%.

Вариант 3. Фармацевтическая организация розничной торговли получила лекарственное средство от оптовой организации по предельной цене закупки.

Задание 2. Исследование Бюро экономического анализа в области ценообразования на услуги органов государственной власти¹ выявило следующее. В редких случаях максимальные цены на услуги утверждены законодательством или постановлениями Правительства. В значительном числе случаев цены и тарифы устанавливаются непосредственно ведомствами или другими организациями, предоставляющими услуги. Цены и ценообразование в этой сфере не контролируется антимонопольными органами. Исходя из функций государственного управления следует признать, что оказание платных услуг государственными органами не должно иметь своей целью получение прибыли или дополнительных ресурсов для деятельности данного конкретного ведомства. Платное предоставление информационных или иных услуг может быть обосновано необходимостью покрытия издержек по их предоставлению, если финансирование соответствующей деятельности не производится из государственного бюджета или производится не полностью. На практике во многих случаях цены на подобные услуги устанавливаются дифференцированно в зависимости от категории потребителей. Например, в соответствии с Прейскурантом на услуги, оказываемые при оформлении прав на жилые помещения, утвержденным правительством Москвы, ставки за регистрацию прав собственности на жилые помещения дифференцированы не только для юридических и физических лиц, но и для жителей Москвы, лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, и граждан России, проживающих в других странах. Объясните, к какому типу рынка относится рынок анализируемых услуг. Дайте оценку практики ценообразования на публичные услуги органов государственной власти и управления.

Тема 13. Финансовый анализ решений в ценообразовании (ПК-4.1, ПК-4.2)

Вопросы для опроса

1. Анализ безубыточности решений при изменении цен
2. Анализ безубыточности решений при изменении цен и затрат
3. Анализ безубыточности решений при продаже взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров
4. Взаимосвязь финансового анализа и политики ценообразования.

Индивидуальные и групповые задания

Задание 1. Исходные данные:

- 1) постоянные затраты предприятия в год — 50 000 руб.;
- 2) отпускная цена единицы продукции — 18 руб.;
- 3) переменные затраты на единицу продукции — 10 руб.;
- 4) текущий объем продаж — 8000 шт.

Определите возможное изменение цены товара при сокращении переменных затрат на 10% и постоянных затрат на 5000 руб. при условии, что текущий объем продаж сохранится тот же.

Какую отпускную цену единицы продукции следует установить для увеличения прибыли на 15% при продаже прежнего количества продукции?

Задание 2. Исходные данные предприятия:

- 1) постоянные издержки за год — 60 000 руб.;
- 2) цена реализации единицы продукции — 20 руб.;
- 3) переменные издержки на единицу продукции — 12 руб.;
- 4) текущий объем реализации — 8200 шт.

Какую прибыль получит предприятие после сокращения переменных затрат на 10% и постоянных затрат на 8000 руб. при условии, что текущий объем продаж сохранится тем же?

Какую цену реализации следовало бы установить для получения прибыли в размере 28 000 руб. от реализации 8200 единиц продукции?

Какой дополнительный объем продаж необходим для покрытия возросшей на 6750 руб. арендной платы в связи с расширением производственных мощностей?

Задание 3. Цена модельной женской стрижки в парикмахерской составляет 500 руб., переменные затраты 320 руб. Ожидается рост переменных затрат на 10%. Проанализируйте последствия возможных альтернативных решений фирмы. Решение 1. Увеличить цену стрижки для компенсации возросших затрат. Как изменится спрос покупателей и выручка, если коэффициент эластичности спроса по цене равен -2?

Тестируемый контроль

1. Снижение цены на 10% при одинаковом уровне начальных цен будет более выгодно продавцу, у которого доля переменных издержек в цене товара составляет:

- а) 80%;
- б) 50%;
- в) 30%.

2. Повышение цены на 5% при одинаковом уровне начальных цен более выгодно продавцу, у которого доля переменных затрат в цене товара составляет:

- а) 80%; б) 40%; в) 50%.

3. Решение о повышении цены на один товар будет наименее проблематичным с точки зрения безубыточности для фирмы:

- а) торгующей одним товаром;
- б) торгующей взаимозаменяемыми товарами;
- в) торгующей взаимодополняемыми товарами.

4. Решение о снижении цены на один товар будет наименее проблематичным с точки зрения безубыточности для фирмы:

- а) продающей один товар;
- б) продающей взаимозаменяемые товары;
- в) продающей взаимодополняемые товары.

Ситуационные задачи

Задание 1. Выявить все виды рисков, воздействующих на данную ситуацию, указать условия и причины их возникновения.

Ситуация 1. Производственное объединение «ЗИЛ» решает выйти на внешний рынок с новой моделью грузового автомобиля «Бычок». Внешнеторговая фирма объединения не обладает данными об уровне цен зарубежных автомобильных рынков, сведениями о потенциальных покупателях, об их требованиях и предпочтениях.

Ситуация 2. Крупный мебельный комбинат, выпускающий корпусную и мягкую мебель, хочет открыть специализированные магазины в соседних регионах (областях), но не располагает информацией об их возможностях, что приводит к затруднениям в выборе ценовой политики.

Ситуация 3. Предприятие «Копировальная техника» стоит перед проблемой крупных капиталовложений в расширение производства изделий, которые оно продает коммерческим банкам, страховым компаниям и информационно-рекламным агентствам.

Ситуация 4. До недавнего времени производственное объединение «Бытхим», выпускающее краски, ориентировалось только на профессиональный рынок, продавая краску в 5-литровых емкостях. Но теперь принимается стратегическое решение выпускать продукцию и для потребительского рынка; продавая краску в литровых емкостях под другой торговой маркой и с целью обеспечить дальнейший рост за счет изменения ценовой политики.

Ситуация 5. На рынке массового питания г. Санкт-Петербурга появился новый продукт «Петербургер»: горячий трехслойный бутерброд с мясной или рыбной и овощной начинкой с соусом. В отличие от гамбургеров MacDonald's, которые готовятся путем обжаривания продуктов в масле (что приводит к образованию канцерогенных веществ), основу приготовления «Петербургеров» составляет экологически чистый электроконтактный способ термообработки продуктов. Максимально сохраняются витамины (до 80% от исходного уровня), ускоряются сроки приготовления бутербродов, снижается себестоимость и цена.

Задание 2. Маржинальный доход организации составляет 90 руб. на одно изделие, переменные затраты — 160 руб., объем продаж — 12 000 шт. Цена за единицу продукции — 250 руб., постоянные затраты по смете на период — 876 000 руб. Рассчитать, как изменится прибыль при условии:

- 1) увеличения цены на 8%;
- 2) снижения объема продаж на 10%;
- 3) снижении постоянных затрат на 15%.

Тема 14. Цены и ценообразование во внешнеэкономической деятельности (ПК-4.1, ПК-4.2)

Вопросы для опроса

1. Мировые цены. Механизм формирования мировых цен.

2 Таможенная стоимость товара. Принципы и цели таможенной оценки товара в РФ

3.Правила «Инкотермс».

4.Виды и формирование цен на импортируемые товары

Индивидуальные и групповые задания

Задание 1. Продукция поставляется на экспорт. Определите величину цен FOB и CIF. Ниже приведены условные данные

- стоимость товара — 100 000 руб.;
- доставка в порт отправления — 1000 руб.;
- стоимость погрузочно-разгрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна — 2000 руб.;
- стоимость доставки на борт судна — 500 руб.;
- фрахт до порта назначения — 5000 руб.;
- стоимость погрузочно-разгрузочных работ в стране-импортере — 2500 руб.;
- доставка на склад-покупателя — 500 руб.;
- страхование груза — 2000 руб.

Задание 2. Определить цену FOB и CIF. Исходные данные:

- себестоимость — 20 000 руб.;
- прибыль — 25% от себестоимости;
- стоимость перевозки до порта — 3000 руб.;
- стоимость погрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна — 1500 руб.;
- стоимость доставки на борт судна и складирование на судне - 1000 руб.;
- расходы на коносамент — 2400 руб.;
- морской фрахт до порта назначения — 9000 руб.;
- страхование — 3%.

Задание 3. В контракте определена цена на условиях CIF и приведены следующие данные:

- цена на условиях CIF — 75 000 руб.;
- стоимость груза — 39 000 руб.;
- стоимость транспортировки груза — 30 000 руб.;
- стоимость страхования груза — 1500 руб.;
- другие расходы — 4500 руб.

Определите контрактную цену на условиях FOB.

Тестируемый контроль

1. В зависимости от учета в цене затрат на производство и сбыт, а также прибыли цены подразделяются на:

- а) свободные и рыночные,
- б) оптовые и розничные,
- в) свободные и преискуранные.

2. В зависимости от территориальной дифференциации цены делятся на:

- а) общегосударственные, региональные, зональные, поясные,
- б) региональные, зональные, поясные, временные,
- в) временные, разовые, зональные, поясные.

3. По сроку действия цены делятся на:

- а) скользящие, постоянные, разовые,
- б) постоянные, временные, с последующей фиксацией,
- в) постоянные, временные, разовые.

4. Цены, указанные в контракте, могут быть трех видов:

- а) твердые, временные, разовые,
- б) твердые, с последующей фиксацией, скользящие,
- в) единые, региональные, зональные.

5. Цена на товар существенно более низкая, чем при обычных коммерческих операциях - это:

- а) твердая цена,
- б) демпинговая цена,
- в) временная цена.

6. Цена, включающая оптовую цену, затраты и прибыль торговых организаций, - это:

- а) свободная цена,
- б) прейскурантная цена,
- в) розничная цена.

7. Цена, не изменяющаяся за период с момента подписания контракта до поступления товара к покупателям, - это:

- а) твердая цена,
- б) единая цена,
- в) поясная цена.

8. Цена, устанавливаемая производителем товара самостоятельно в рыночных условиях, - это:

- а) оптовая цена,
- б) розничная цена,
- в) свободная цена.

9. Цена, зависящая от экономического положения страны-экспортера, - это:

Задачи

Задание 1. Продукция поставляется на экспорт. Определите величину цен FOB и CIF. Ниже приведены условные данные

- стоимость товара — 100 000 руб.;
- доставка в порт отправления — 1000 руб.;
- стоимость погрузочно-разгрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна — 2000 руб.;
- стоимость доставки на борт судна — 500 руб.;
- фрахт до порта назначения — 5000 руб.;

- стоимость погрузочно-разгрузочных работ в стране-импортере — 2500 руб.;

- доставка на склад-покупателя — 500 руб.;

- страхование груза — 2000 руб.

Задание 2. Определить цену FOB и CIF. Исходные данные:

- себестоимость — 20 000 руб.;

- прибыль — 25% от себестоимости;

- стоимость перевозки до порта — 3000 руб.;

- стоимость погрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна — 1500 руб.;

- стоимость доставки на борт судна и складирование на судне - 1000 руб.;

- расходы на коносамент — 2400 руб.;

- морской фрахт до порта назначения — 9000 руб.;

- страхование — 3%.

Задание 3. В контракте определена цена на условиях CIF и приведены следующие данные:

цена на условиях CIF — 75 000 руб.;

- стоимость груза — 39 000 руб.;

- стоимость транспортировки груза — 30 000 руб.;

- стоимость страхования груза — 1500 руб.;

- другие расходы — 4500 руб.

Определите контрактную цену на условиях FOB.

14.2. Материалы для проведения текущей аттестации

Для проверки сформированности компетенции (части компетенции – индикатора): ПК-4.1, ПК-4.2

Текущая аттестация обучающихся проводится с учетом своевременности, полноты и правильности выполнения практических задач и тестовых заданий в разрезе тем дисциплины, активности обучающихся

Пример заданий для контрольной работы по дисциплине «Ценовая политика в организации»

1. Характеристика основных стратегий ценообразования.
2. Порядок формирования и установления цен на импортные товары.
3. Порядок определения таможенной стоимости экспортных и импортных товаров.
4. Порядок проведения контроля и санкции за нарушения государственной дисциплины цен
5. Затратные методы ценообразования.
6. Нормативно-параметрические методы установления цен.
7. Мировые цены.
8. Цены и ценообразование на сельскохозяйственную продукцию.
9. Государственная ценовая политика.
10. Цены и ценообразование в добывающих и топливно-энергетических отраслях.
11. Особенности ценообразования в производстве новой техники
12. Цены на научно-техническую продукцию.
13. Цены и ценообразование на землю и объекты недвижимости.
14. Мировая цена и характеристика цены международного контракта.
15. Таможенная пошлина и порядок определения таможенной стоимости.
16. Механизм установления тарифов на электрическую энергию.
17. Тарифы на рынке транспортных перевозок.
18. Цены и ценообразование на рынке образовательных услуг.
19. Механизм формирования цен на банковские услуги.
20. Налоговый контроль за Цены и ценообразованием.
21. Единая тарифная политика базовых отраслей РФ.
22. Расчет индексов фондового рынка.
23. Общие закономерности при регулировании и реформировании ценообразования в зарубежных странах.
24. Основные принципы реформирования ценообразования в восточно-европейских странах.
25. Регулирование и контроль цен в странах с развитой рыночной экономикой.
26. Взаимодействие цен с финансово-кредитной системой.

27. Взаимовлияние цен и налогов.

28. Денежное обращение, инфляция и изменение цен.

Методические рекомендации: проверка знаний, умений и навыков сформированности компетенций по всем темам изучаемой дисциплины.

Критерии оценивания:

для контрольной работы

Оценка	Баллы
Отлично	25-28
Хорошо	21-24
Удовлетворительно	15-20
Неудовлетворительно	14 и менее

Материалы для проведения текущей аттестации

Для проверки сформированности компетенции (части компетенции – индикатора): ПК-4.1, ПК-4.2

Комплект заданий для проведения текущей аттестации №1 (в форме контрольной работы)

по дисциплине «Ценовая политика в организации»

Задача 1

В контракте определена цена на условиях СИФ и приведены следующие данные:

- цена на условиях СИФ — 75 000 руб.;
- стоимость груза — 39 000 руб.;
- стоимость транспортировки груза — 30 000 руб.;
- стоимость страхования груза — 1500 руб.;
- другие расходы — 4500 руб.

Задача 2

Цена по договору поставки между предприятиями была сформирована на условиях франко-станция назначения в размере 300 руб. Налоговые органы нашли рыночную цену по договору с аналогичными условиями, но на условиях франко-станция отправления в размере 250 руб. Транспортные расходы составляют 70 руб. Соответствует ли договорная цена рыночной?

Задача 3.

Предприятие-изготовитель занимает ведущее положение на рынке определенной группы товаров. Оно рассылает в торговую сеть прейскурант по предлагаемому к продаже ассортименту товаров, в котором указаны отпускные цены поставщика, рекомендуемые конечные цены и скидки с розничной цены. Обязаны ли организации розничной торговли исполнять рекомендации? Будут ли они это делать на практике? По какой цене розничный продавец будет покупать товар, если рекомендуемая конечная цена составляет 5000 руб., а скидка розничной торговле — 20% от розничной цены?

Задача 4.

Распределить РСЭО между изделиями А и Б пропорционально коэффициентам машино-часов. Сумма РСЭО по цеху за месяц 155 млн. руб. В цехе за месяц изготовлено 140 изделий А 260 изделий Б. Оборудование в цехе сгруппировано в три группы. Норма времени на изготовление изделия А на первой группе оборудования (t_{a1}) 50 н-часов, на второй группе (t_{a2}) 35 нормо-часов, на третьей группе (t_{a3}) 33 нормо-часов.

Для изделия Б: $t_{b1} = 16$ нормо-часов, $t_{b2} = 4$ нормо-часов. Первая

группа оборудования является базовой. Нормативная величина стоимости норма-часа первой группы оборудования – 6,5 тыс. р., второй - 7,4 тыс. р., третьей – 3,7 тыс. р.

Задача 5

Себестоимость легкового автомобиля- 307 тыс. руб.

Прибыль автозавода- 25 % от себестоимости

Торговая надбавка- 35 %

Определите розничную цену, а также удельный вес (в процентах) каждого элемента в розничной цене товара, т. е. себестоимости, прибыли, акциза, НДС, торговой надбавки.

Задача 6

Торговое предприятие приобрело 1000 пар зимней обуви по средней цене закупа 3000 руб. за пару. Розничная цена составляет 4000 руб. В феврале остались не проданными 500 пар обуви. Рассматривается возможность продажи обуви с сезонной скидкой. Рассмотрите последствия трех вариантов ценовых решений и выберите наиболее приемлемый.

Вариант 1. Снизить цену до 2000 руб. По оценкам специалистов, в результате до окончания зимнего сезона могут быть проданы 300 пар обуви.

Вариант 2. Снизить цену до 3000 руб. По оценкам специалистов, в результате до окончания зимнего сезона могут быть проданы 150 пар обуви.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов практического контрольного задания и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на практическое контрольное задание тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Оценка «неудовлетворительно» - выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания выносимых на практическое контрольное задание вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в

формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.

«Аттестован» - выставляется студенту, если он выполнил контрольную работу на оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».

«Не аттестован» - выставляется, если студент выполнил контрольную работу на оценку «неудовлетворительно».

Комплект заданий для проведения текущей аттестации №2 (в форме контрольной работы)

по дисциплине «Ценовая политика в организации»

Задача 1

Магазин приобрел у оптовой базы товар А. Торговая надбавка магазина – 15%. Оптовая база получила изделие по отпускной цене 800 рублей. Размер оптовой надбавки базы 15%. Себестоимость производства 655 рублей. Ставка НДС – 10%. Определите:

- А) прибыль и рентабельность промышленного предприятия от реализации единицы данного изделия;
- Б) цену по которой предприятие розничной торговли будет рассчитываться с оптовой базой;
- В) свободную розничную цену;
- Г) составьте структуру свободной розничной цены.

Задача 2

Предприятие производит и реализует 70000 единиц товара А по отпускной цене 190 рублей за штуку. Коэффициент эластичности составляет 1.2. себестоимость продукции 120 рублей. НДС – 10%. Соотношение между постоянными и переменными затратами 30 и 70.

Отдел сбыта предлагает для увеличения объема продаж и прибыли снизить оптовую цену на 10 руб.

Плановый экономический отдел предлагает сократить объемы продаж и увеличить оптовую цену на 10 руб. Определите: сумму прибыли или убытка 1 шт. изделия по обоим вариантам.

Задача 3

Предприятие производит товар А. Ставка НДС на данный товар 10%. За декабрь произведено 17800 шт. товара. Рабочим выплачена заработная плата – 158598000 руб. Начисление на зарплату – 35,6%. Внепроизводственные расходы составляют 20% от производственной себестоимости. Рентабельность 20%. Затраты на сырье составляют 45212000 руб. затраты на тепло и электроэнергию – 9612000 руб. общие производственные расходы – 85084000 руб. Определите: отпускную цену, составьте фактическую калькуляцию 1 шт. товара.

Задача 4.

Для производства 300 булок подольского хлеба предприятием закуплено сырье на сумму 1000 рублей с учетом НДС. Издержки производства хлеба предприятием (без НДС) помимо затрат на сырье – 300 рублей. Прибыль устанавливается предприятием в размере 20% от совокупных издержек. Ставка НДС на хлеб – 10%.

Определите свободную отпускную цену промышленности на хлеб.

Задача 5

На предприятии производится бензин автомобильный с октановым числом “96”. Себестоимость 1 тонны бензина – 2500 рублей. Расчетная прибыль предприятия на 1 тонну бензина – 750 рублей. Ставка акциза – 455 рублей за 1 тонну. Оптовая организация по договоренности установила оптово-сбытовую надбавку в размере 18%. Ставка НДС – 20%.

Рассчитайте оптовую рыночную цену за 1 тонну бензина.

Задача 6

Предприятие производит ликер с содержанием спирта 28%. Себестоимость 1 бутылки емкостью 0,5 литра – 36 рублей. Прибыль устанавливается предприятием-изготовителем в размере 20% от себестоимости. Ставка акциза 84 рубля за 1 литр безводного (стопроцентного) этилового спирта, содержащегося в подакцизном товаре. Ставка НДС – 20%. Торговая надбавка составляет 25% от отпускной цены предприятия.

Рассчитайте розничную цену 1 бутылки ликера.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов практического контрольного задания и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на практическое контрольное задание тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Оценка «неудовлетворительно» - выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания выносимых на практическое контрольное задание вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.

«Аттестован» - выставляется студенту, если он выполнил контрольную работу на оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».

«Не аттестован» - выставляется, если студент выполнил контрольную работу на оценку «неудовлетворительно».

Обновление рабочей программы дисциплины (модуля)

Наименование раздела рабочей программы, в который внесены изменения

(измененное содержание раздела)

Наименование раздела рабочей программы, в который внесены изменения

(измененное содержание раздела)

Наименование раздела рабочей программы, в который внесены изменения

(измененное содержание раздела)

Рабочая программа:

обновлена, рассмотрена и одобрена на 20___/___ учебный год на
заседании кафедры _____ от _____
20___ г., протокол № _____