

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ:
Директор института ЭиУ
Н.Р. Балынская
« 04 » сентября 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Направление подготовки
38.03.01 Экономика

Профиль подготовки
Экономика предприятий и организаций

Уровень высшего образования – бакалавриат

Программа подготовки – академическая бакалавриат

Форма обучения
заочная

Институт
Кафедра
Курс

*Экономики и управления
Экономики и финансов*
3

Магнитогорск
2017 г.

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12.11.2015 г. № 1327.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Экономики и финансов «31» августа 2017 г., протокол № 1.

Зав. кафедрой  А.В. Ивлев

Рабочая программа одобрена методической комиссией института Экономики и управления «1» сентября 2017 г., протокол № 1.

Председатель  / Н.Р. Балаянская/
(подпись)


Рабочая программа составлена:

доцент кафедры ЭиФ, к.э.н.
(должность, ученая степень, ученое звание)
 / М.Г. Абидов/
(подпись)

Рецензент:

Доцент кафедры Экономики и управления
ФГБОУ ВО «Магнитогорский филиал РАНХ и ГС», к.э.н.
(должность, ученая степень, ученое звание)
 / И.А. Греева/
(подпись)

Лист регистрации изменений и дополнений

№ п/п	Раздел программы	Краткое содержание изменения/дополнения	Дата, № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой
1	п.8	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	31.08.2018, №1	
2	п.8	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	04.09.2019, №1	
3	п.8	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	01.09.2020, №1	

1 Цели освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины «Цены и ценообразование» являются: получение представления основных принципов разработки и реализации ценовой стратегии, основных факторов, влияющих на цены, порядка и принципов установления оптимальных цен на предприятиях, методов анализа и прогноза цен; правильная методика установления цены, разумная ценовая политика, последовательная реализация глубоко обоснованной ценовой стратегии составляют необходимые компоненты успешной деятельности любого предприятия в жестких условиях рыночных отношений.

Для достижения поставленной цели в курсе «Цены и ценообразование» решаются следующие задачи: усвоение роли цены в современном хозяйственном механизме; изучение основ и методологии рыночного ценообразования; изучение системы цен; усвоение формирования свободных цен, в том числе особенностей на импортные товары; рассмотрение ситуаций по определению цен в зависимости от звеньев товародвижения, порядка возмещения транспортных расходов, учета налога на добавленную стоимости в цене; приобретение умений по определению цен в коммерческой деятельности.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы подготовки бакалавра

Дисциплина Б1.В.06 «Цены и ценообразование» входит в вариативную часть блока 1 образовательной программы направления подготовки 38.03.01 «Экономика», профиль – Экономика предприятий и организаций.

Для усвоения данной дисциплины студенту необходим объем знаний, предусмотренный следующими дисциплинами: «Математика», «Маркетинг», «Экономика организации», «Экономическая теория».

Данная дисциплина необходима для последующего успешного освоения следующих дисциплин: «Экономика отраслей», «Внешнеэкономическая деятельность», «Оценка и управление затратами предприятия(организации)», «Финансовые рынки и институты».

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины «Цены и ценообразование» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения
ПК -22 способностью применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой, банковской деятельности, учета и контроля	
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – основные определения, понятия, критерии и правила регулирования бюджетных, налоговых, валютных отношений в области страховой, банковской деятельности, учета и контроля; – основные методы исследований и инструменты, используемые в регулировании бюджетных, налоговых, валютных отношений в области страховой, банковской деятельности, учета и контроле; – содержание правовых норм, определения понятий и структурные характеристики регулирования бюджетных, налоговых, валютных отношений в области страховой, банковской деятельности, учета и контроля; – определения процессов регулирования бюджетных, налоговых, валютных отношений в области страховой, банковской деятельности,

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения
	учета и контроля;
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – выделять в текущей деятельности предприятий и организаций вопросы бюджетных, налоговых, валютных отношений, акцентируя внимание на их регулирование в области страховой, банковской деятельности, учета и контроля; – обсуждать способы эффективного решения проблем бюджетных, налоговых, валютных отношений, учитывая особенности их регулирования в страховой, банковской деятельности, учете и контроле; – распознавать в сфере страховой, банковской деятельности, учете и контроле эффективное решение от неэффективного с учетом норм, регулирующих бюджетные, налоговые, валютные отношения; – выявлять нормы, идентифицировать и формировать типичные модели для решения задач регулирования бюджетных, налоговых, валютных отношений в области страховой, банковской деятельности, учета и контроля; – применять полученные знания в области регулирования бюджетных, налоговых, валютных отношений в профессиональной деятельности; использовать их на междисциплинарном уровне; – приобретать знания в области применения норм, регулирующих бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой, банковской деятельности, учета и контроля;
Владеть	<ul style="list-style-type: none"> – корректно выразить и аргументировано обосновывать применение норм регулирования бюджетных, налоговых, валютных отношений в страховой, банковской деятельности, учете и контроле в предметной области знания.

4 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц 144 академических часов, в том числе:

- контактная работа 8,6 академических часов:
 - аудиторная – 6 академических часов;
 - внеаудиторная – 2,6 академических часов
- самостоятельная работа – 126,7 академических часов;
- подготовка к экзамену – 8,7 академических часов

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в академических часах)			Самостоятельная работа (в академических часах)	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат. занятия	практич. занятия				
1.Ценообразование и характеристики рынка.	3			0,5/1И	4	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Тестирование	ПК-22 – зув
2.Теоретические и практические аспекты оценки и анализа эластичности спроса.	3			0,5/1И	2	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Тестирование	ПК-22 – зув
3.Методы сбора информации об	3			1И	20	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение	Тестирование	ПК-22 – зув

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа (в акад. часах)	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат. занятия	практич. занятия				
изменении спроса при изменении цен.						учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками		
4. Система цен в экономике	3	1/1И		1/1И	20	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Тестирование	ПК-22 – зув
5. Методы государственного регулирования цен	3	1/1И		1/1И	20	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Тестирование	ПК-22 – зув
6. Методы затратного ценообразования	3			0	20	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Тестирование	ПК-22 – зув
7. Методы рыночного ценообразования	3			0	20	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение	Тестирование	ПК-22 – зув

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в acad. часах)			Самостоятельная работа (в acad. часах)	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат. занятия	практич. занятия				
						учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками		
8. Стратегия цен и ценообразования	3			1И/1И	13,7	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Тестирование	ПК-22 – зув
9. Учет риска при принятии ценовых решений	3			1И/1И	7	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Тестирование	ПК-22 – зув
Итого по дисциплине		2/2И		4/4И	126,7		Промежуточная аттестация (экзамен)	

И – в том числе, часы, отведенные на работу в интерактивной форме.

5 Образовательные и информационные технологии

На сегодняшний день стали очевидны преимущества использования компьютера на лекционных и практических учебных занятиях. Объяснение нового материала с использованием презентаций, выполненных с помощью программ Microsoft Power Point и Microsoft Front Page, вызывает интерес у студентов, способствует лучшему усвоению материала. Использование компьютера на учебных занятиях позволяет преподавателю экономить время, опрашивать учащихся на каждом занятии, вести статистику опроса, выявлять западающие темы. Также одним из эффективных средств информационных технологий является электронный учебник. Исходя из этого, более 20% всех занятий проводятся с применением информационных технологий.

Для обеспечения наибольшей эффективности образовательного процесса в курсе данной учебной дисциплины используются в процессе обучения передовые образовательные технологии:

- 1) традиционные образовательные технологии (информационная лекция, практические (семинарские) занятия);
- 2) технология проблемного обучения (проблемная лекция, практические занятия в форме практикума, кейс-метода);
- 3) игровые технологии (ролевые и деловые игры);
- 4) технологии проектного обучения (творческий проект);
- 5) интерактивные технологии (семинар-дискуссия);
- 6) информационно-коммуникационные образовательные технологии (лекция-визуализация, практические занятия в форме презентации)

Лекционные занятия наряду с сообщением учебной информации предполагают и решение следующих дидактических задач: заинтересовать студентов изучаемой темой, разрушить неверные стереотипы, убедить в необходимости глубокого освоения материала, побудить к самостоятельному поиску и активной мыслительной деятельности, помочь совершить переход от теоретического уровня социально-экономического планирования в муниципальных образованиях к прикладным знаниям в данной области.

Проведение групповых (семинарских и практических) занятий предполагает решение разнообразных дидактических задач: закрепление полученных знаний, формирование умения применять их на практике, совершенствование умения работать с информацией, анализировать, обобщать, принимать и обосновывать решения, аргументировано защищать собственные взгляды в дискуссии, взаимодействовать с другими членами группы в процессе разрешения конфликтных ситуаций.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

В процессе самостоятельного изучения дисциплины, подготовки к семинарским занятиям студенту необходимо найти и изучить рекомендуемую литературу, действующие законодательные и нормативные акты. Для осмысления прочитанного материала студенту предлагается ответить на вопросы. Решение тестов, ситуационных и аналитических задач научит студентов самостоятельно принимать управленческие решения.

Организационно-методические рекомендации для подготовки к практическим (семинарским) занятиям

*Семинар (лат. *seminarium* - буквально: «рассадник») – учебное занятие, в ходе которого организуется обсуждение фундаментальных или дискуссионных проблем изучаемой науки и связанной с ней практической деятельности.*

В целях более подробного и адекватного современной ситуации анализа проблем управления студентам рекомендуется обращаться к периодической литературе и материалам средств массовой информации, в которой можно найти не только аналитические статьи по различным аспектам обозначенных в тематике семинарских занятий проблем, но и статистические данные, материалы прикладного характера,

нормативные документы. Целесообразно не ограничиваться указанными источниками, а осуществлять собственный поиск теоретических и практических материалов, что является одним из элементов самостоятельной информационно-аналитической работы студентов.

Подготовка к семинарским занятиям по дисциплине должна включать следующие аспекты:

1) знакомство с соответствующими главами учебника; оптимальным был бы вариант работы не с одним учебником, так как разными авторами избран различный подход к предмету, и полезно понять особенности подходов, сравнить их, чтобы выработать свою позицию;

2) чтение конспекта лекции;

3) чтение и осмысление одного-двух источников из приведенного списка литературы.

Выбор дополнительных первоисточников, которые могут оказать помощь при подготовке к выступлению и позволят организовать на семинаре дискуссию, студент осуществляет по своему усмотрению, в соответствии со своими интересами, ориентируясь на вопросы семинарского занятия.

Выступление на семинаре должно быть достаточно аргументированным, занимать по времени не более трех минут. В ходе выступления желательно сопоставить точки зрения различных авторов на излагаемую проблему. Предпочтительно, чтобы по одному вопросу выступило несколько студентов, высказывая свои мнения, дополняя друг друга. В идеале семинарское занятие должно проходить в форме дискуссии. Результаты работы студентов на семинарских занятиях обязательно учитываются преподавателем при выставлении баллов.

Тема 1.Ценообразование и характеристики рынка.

Контрольные вопросы

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

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

3. Через какие каналы осуществляется распределительная функция цен?

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

5. Какую роль играют цены на рынке совершенной конкуренции? Могут ли действия отдельной фирмы на рынке свободной конкуренции изменить рыночную цену?

6. Является ли рынок хлебобулочных изделий конкурентным? Ответьте на этот вопрос, используя категорию «признаки конкурентного рынка». Как отражаются характеристики этого рынка на ценообразовании на данные изделия?

7. На каком рынке монополярная власть выше: на рынке алкогольных напитков или на рынке шоколада? Как это отражается на ценах?

8. В чем сходство и различие рынка монополистической конкуренции и конкурентного рынка? Могут ли эффективно осуществляться одинаковые действия в области ценообразования на рынках этих типов?

9. Почему решения производителей на олигопольных рынках являются взаимосвязанными? Как проявляется эта взаимосвязь при установлении цен на их товары?

10. Приведите примеры стимулирующего воздействия цены на действия продавцов и покупателей товара.

11. Приведите аргументы «за» и «против» регулирования цен естественного монополиста, учитывая особенности естественной монополии.

12. Перечислите и обсудите признаки рынка монополистической конкуренции. Как

они влияют в области ценообразования на действия фирм?

13. Что такое монопольная власть и от чего она зависит? Как монопольная власть проявляется в ценообразовании на продукцию предприятия-монополиста?

14. Какое значение имеет рыночная власть при установлении цены на рынке монополистической конкуренции? Приведите примеры разной степени рыночной власти фирм на подобных рынках.

15. Приведите примеры рынков монополистической конкуренции. Каковы особенности ценообразования на этих рынках?

16. Перечислите и обсудите характеристики олигопольного рынка, оказывающие наиболее значимое воздействие на ценообразование.

Темы рефератов

1. Анализ безубыточности ценовых решений
2. Биржи и аукционы: принципы торговли, особенности ценообразования
3. Виды маркетинговых стратегий ценообразования, условия их применения
4. Влияние конкуренции на процесс формирования цен

Тестовые задания:

1. Что из следующих утверждений соответствует рыночной экономике?
 1. Цены на рынке определяет государство.
 2. Цены на рынке находятся под контролем государства.
 3. Уровень цен на рынке определяется отношениями между продавцами и покупателями.
 4. Цены на рынке определяются отдельным лицом.
2. Какая из функций цены помогает производителю товара определить оптимальную структуру и уровень цены:
 1. Учетная.
 2. Стимулирующая.
 3. Перераспределительная.
 4. Балансирования спроса и предложения.
 5. Рационального размещения производства.
3. Выберите правильный ответ.
 1. Цена -орделенная сумма денег или товара, которые покупатель согласен отдать за приобретаемый товар.
 2. Цена -количество денег (товаров, услуг), за которые продавец согласен продать, а покупатель готов приобрести единицу товара или услуги.
 3. Цена -это денежные затраты на производство единицы товара или услуги.
 4. Цена -это затраты труда и денежных средств, выраженных в денежном выражении на единицу товара или услуги.
4. Для стадии «зрелости» жизненного цикла товаров характерно:
 1. отсутствие конкуренции;
 2. продукт впервые сталкивается с конкурентами;
 3. рынок насыщается продуктом, ослабевает конкуренция;
 4. для потребителей появляется возможность выбора товара;
 5. товар заканчивает свое существование.
5. Установите, что входит в понятие «факторы производства»:
 - а) издержки производства и рентабельность продукции;
 - б) основные и оборотные фонды;
 - в) труд, земля, капитал;

- г) недвижимость, денежные активы;
- д) акции, облигации.

6. Эффективность общественного производства –это:

- а) рыночная стоимость произведенной в народном хозяйстве продукции;
- б) прирост объема производства продукции за определенный период;
- в) затраты на создание новых основных производственных фондов;
- г) экономия от снижения себестоимости выпускаемой продукции;
- д) экономическая категория, характеризующая результативность производства в сопоставлении с затратами производственных ресурсов или общественными потребностями.

7. Альтернативные издержки –это:

- а) трудоемкость изготовления единицы продукции;
- б) общая сумма затрат на изготовление единицы продукции;
- в) количество другого продукта, которым, необходимо пожертвовать, чтобы увеличить объем производства данного продукта на единицу;
- г) издержки на изготовление единицы продукта при использовании альтернативного технологического процесса;
- д) экономическая категория, характеристика которой отсутствует среди приведенных выше ответов.

8. Закон спроса предполагает, что:

- а) превышение предложения над спросом вызовет снижение цены;
- б) если доходы у потребителей растут, они обычно покупают больше товаров;
- в) кривая спроса обычно имеет положительный наклон;
- г) когда цена товара падает, объем планируемых покупок растет.

9. Какой термин отражает способность и желание людей платить за что-либо:

- а) потребность;
- б) спрос;
- в) необходимость;
- г) желание?

10. Рыночный спрос не испытывает влияния:

- а) доходов потребителей;
- б) цен на взаимосвязанные товары;
- в) цен на ресурсы;
- г) численности покупателей.

11. Если предложение и спрос на товар возрастают, то:

- а) цена повысится;
- б) увеличится общее количество товара;
- в) цена останется стабильной;
- г) благосостояние общества возрастет.

12. Если цена товара ниже точки

пересечения кривой спроса и кривой предложения, то возникнет:

- а) избыток;
- б) дефицит;
- в) рост безработицы;
- г) все варианты неверны.

13. Закон предложения, если цены растут, а прочие условия неизменны, проявляется:
- а) в росте предложения;
 - б) в снижении предложения;
 - в) в росте объема предложения;
 - г) в падении объема предложения.

14. Спрос и предложение могут быть использованы для объяснения координирующей роли цены:
- а) на товарном рынке;
 - б) на рынке ресурсов;
 - в) на валютном рынке;
 - г) на любом рынке.

Тема 2. Теоретические и практические аспекты оценки и анализа эластичности спроса.

Контрольные вопросы

1. Какую роль играют в ценообразовании коэффициенты эластичности?
2. Как «показное потребление» влияет на эластичность спроса по цене?
3. Как на чувствительность покупателя к цене влияет наличие на рынке заменяющих товаров?
4. Какие факторы определяют эластичность спроса на товары-инновации?
5. Какие типы товаров можно выделить с точки зрения их влияния на уровни цен друг друга?
6. Какой из типов связи между товарами порождает сезонные колебания спроса на сахар?
7. Как изменится поведение покупателей при отсутствии товаров-заменителей? В чем заключаются экономические преимущества фирмы, выпускающей уникальные товары?
8. Зачем фирмы расширяют параметрический ряд товаров наиболее совершенными и дорогостоящими модификациями?
9. Различается ли эластичность спроса по цене в краткосрочном и долгосрочном периодах? Почему?
10. Почему снижение цен на авиаперевозки ценится деловыми пассажирами гораздо меньше, чем различные формы вознаграждения, которые предлагают авиакомпании постоянным клиентам?
11. Для каких товаров повышение цены может стать фактором роста объемов реализации?
12. Две подруги зашли в кафе и заказали мороженое, не глядя на цену. Первая попросила два шарика мороженого, а вторая на 50 руб. Оцените для каждой подруги эластичность спроса по цене.
13. Фирма «Эльдорадо» предлагает покупателям в период с 1 по 8 марта товары со скидкой 10%. Какой вид эластичности обосновывает применение данной скидки?

Темы рефератов:

1. Возможности использования экономической теории в практике ценообразования
2. Вопросы чувствительности покупателей к различным уровням цен
3. Государственное регулирование цен: мера централизованного воздействия на

рынок. Виды государственного регулирования цен (опыт иностранных государств)

4. Государственное регулирование цен: мера централизованного воздействия на рынок. Виды государственного регулирования цен (опыт России)

Тестовые задания:

1. Ценовая эластичность спроса будет выше:

- а) На товары первой необходимости, чем на предметы роскоши.
- б) В тех случаях, когда потребители используют данный товар с наибольшей пользой для себя
- в) Чем больше альтернативные издержки производства товаров.
- г) Чем менее необходим товар потребителю.
- д) Ни в одном из перечисленных случаев.

2. Сокращение предложения товара ведет к увеличению:

- а) Спроса на взаимодополняемые товары.
- б) Общей выручки продавца, если спрос на товар является эластичным по цене.
- в) Общей выручки продавца, если спрос на товар является неэластичным по доходу.
- г) Спроса на этот товар.
- д) Спроса на взаимозаменяемые товары.

3. Цена на хлеб возросла с 3000 рублей до 3600 рублей. При этом величина спроса снизилась на 20%. Можно сказать, что в среднем в данном интервале цен спрос ...

- а) эластичен по цене;
- б) не эластичен по цене;
- в) имеет эластичность, равную единице.
- г) Данных недостаточно, чтобы сделать какие-то выводы об эластичности спроса.

4. Если однопроцентное сокращение цены на товар приводит к двухпроцентному увеличению объема спроса на него, то этот спрос:

- а) Неэластичный.
- б) Эластичный.
- в) Единичной эластичности.
- г) Абсолютно неэластичный.
- д) Абсолютно эластичный.

5. Если цена товара выросла с 1,5 долл. до 2 долл., а объем спроса сократился с 1000 до 900 единиц, то коэффициент ценовой эластичности равен:

- а) 3,00. б) 2,71. в) 0,37. г) 0,33. д) 1,5.

6. Какое из следующих утверждений не относится к характеристике эластичного спроса на товар?

- а) Коэффициент ценовой эластичности меньше единицы.
- б) Общая выручка продавца сокращается, если цена растет.
- в) Покупатели относительно чутко реагируют на изменения цены.
- г) Относительное изменение объема спроса больше, чем относительное изменение цены.
- д) Общая выручка продавца растет, если цена уменьшается.

7. Какое из следующих утверждений не относится к характеристике неэластичного спроса на товар?

- а) Имеется большое число товаров-заменителей.
- б) Покупатели расходуют на его покупку незначительную долю своего дохода.

- в) Данный товар является для потребителей товаром первой необходимости.
- г) Период времени, в течение которого предъявляется спрос, является очень коротким.
- д) Относительное изменение объема спроса меньше, чем относительное изменение цены.

8. Если уменьшение цены на 5% приводит к снижению объема предложения на 8%, то данное предложение:

- а) Неэластично.
- б) Единичной эластичности.
- в) Эластично.
- г) Абсолютно эластично.
- д) Абсолютно неэластично.

9. Если предложение товара неэластично, а спрос на него сокращается, то общая выручка продавца:

- а) Растет.
- б) Сокращается.
- в) Сокращается в том случае, если спрос является эластичным.
- г) Сокращается в том случае, если спрос является неэластичным.
- д) Остается неизменной.

10. Эластичность предложения зависит главным образом от:

- а) Числа товаров-заменителей данного продукта.
- б) Периода времени, в течение которого продавцы могут приспособиться к изменениям цен.
- в) Того, является ли данный товар предметом первой необходимости или роскоши.
- г) Того, относится ли данный товар к предметам длительного пользования или текущего потребления.
- д) Доли дохода потребителя, направляемой на покупку данного товара.

11. Коэффициент ценовой эластичности спроса равен:

- а) Уменьшению цены, деленному на увеличение объема спроса.
- б) Изменению общей выручки (в %), деленному на увеличение объема спроса (в %).
- в) Уменьшению общей выручки (в %), деленному на увеличение цены (в %).
- г) Изменению объема спроса (в %), деленному на изменение цены (в %).
- д) Ни одному из приведенных показателей.

12. Кривая абсолютно неэластичного спроса представляет собой:

- а) Вертикальную линию.
- б) Горизонтальную линию.
- в) Кривую линию.
- г) Прямую линию с отрицательным наклоном.
- д) Кривую линию с положительным наклоном.

13. В случае, если, несмотря на изменения цены товар.1, общая выручка не изменяется, коэффициент ценовой эластичности:

- а) Больше 1.
- б) Меньше 1.
- в) Равен 0.
- г) Равен 1.
- д) Равен бесконечности.

14. Неэластичный спрос означает, что:

- а) Рост цены на 1% приводит к сокращению величины спроса менее, чем на 1%.

- б) Рост цены на 1% приводит к сокращению величины спроса более, чем на 1%.
- в) Любое изменение цены не приводит к изменению общей выручки.
- г) Рост цены на 1% не влияет на величину спроса.
- д) Ни одно из утверждений не является верным.

15. Если любое количество товара продается по одинаковой цене, то спрос на этот товар является:

- а) Абсолютно неэластичным.
- б) Абсолютно эластичным.
- в) Эластичным.
- г) Неэластичным.
- д) Спросом единичной эластичности.

16. Какое из указанных ниже значений коэффициента эластичности по доходу относится к товарам первой необходимости?

- а) Меньше 0.
- б) Больше 0, но меньше 1.
- в) Больше 1.
- г) 1.
- д) Ни одно из приведенных значений.

Тема 3. Методы сбора информации об изменении спроса при изменении цен

Контрольные вопросы

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 декомбинационного 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?

Темы рефератов:

- 1. Методы исследования ценовой динамики. Средние цены. Индексы

2. Методы оценки риска в расчётах цен
3. Методы прогнозирования цен в условиях рынка
4. Методы ценообразования: антагонизм затратных и рыночных методов

Тестовые задания:

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.

10. Если цена товара неэластичного спроса выросла с 7 до 8 долл., то выручка:

- а) Сократилась.
- б) Выросла.
- в) Осталась неизменной.
- г) Абсолютно неэластична.
- д) Абсолютно эластична.

11. Фирма производит и продает два товара - А и Б. А- имеет много заменителей; Б - занимает значительную долю в расходах потребителей. Увеличение цены на каждый товар приведет к:

- а) Увеличению выручки от продажи товара А и сокращению выручки от продажи товара Б.
- б) Увеличению выручки от продажи товара А и товара Б.
- в) Сокращению выручки от продажи товара А и увеличению выручки от продажи товара Б.
- г) Сокращению выручки от продажи товара А и товара Б.
- д) Тому, что выручка от продажи товара А и товара Б останется неизменной.

12. Ценовая эластичность спроса будет расти с увеличением продолжительности периода, в течение которого предъявляется спрос, так как:

- а) Доходы потребителей увеличатся.
- б) Произойдет сдвиг вправо кривой спроса.
- в) Вырастет общий уровень цен.
- г) Потребители смогут приобрести товары-заменители.
- д) Все ответы верны.

13. Что произойдет со спросом на товар, если цена на него поднимется?

- 1. Спрос останется прежним.
- 2. Спрос соответственно повысится.
- 3. Спрос превысит предложение.
- 4. Спрос уменьшится.

Тема 4. Система цен в экономике.

Контрольные вопросы:

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 ценах товаров и услуг.

5. Почему цены фактических сделок обычно отличаются от прейскурантных цен? Какую роль играют прейскурантные 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.

Темы рефератов:

1. Затратное и ценностное ценообразование
2. Организация контроля за соблюдением государственной дисциплины цен
3. Понятие и показатели рыночной конъюнктуры
4. Проблемы ценообразования в добывающих отраслях

Тестовые задания:

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 ликероводочной 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 предприятиям 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 теплоэнергия, тарифы на которые регулируются ФЭК;

г) ликероводочная 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.

9. Цена спроса - это:

1. Минимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за данный товар.

2. Максимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за данный товар.

3. Максимальная цена, по которой производители реализуют товар на рынке.

4. Цена, по которой совершается сделка.

10. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый вызовет:

а) падение спроса на второй товар;

б) рост спроса на второй товар;

в) увеличение объема спроса на второй товар;

г) падение объема спроса на второй товар.

Тема 5. Методы государственного регулирования цен

Контрольные вопросы:

1. Какие цели преследует государственное регулирование цен?

2. Эффективно ли государственное регулирование цен?

3. Чем отличается прямое регулирование цен от косвенного?

4. Какие методы включает косвенное регулирование цен?

5. Почему переход к рынку в нашей стране начался с перехода к свободному ценообразованию?

6. На какие товары и услуги регулирование цен осуществляется на федеральном уровне? Почему?

7. На какие товары и услуги регулирование цен осуществляется на уровне субъектов Федерации?

8. В чем заключается основной недостаток регулирования цен посредством установления предельного уровня рентабельности и предельного размера снабженческо-сбытовой надбавки?

9. Какие цели преследует регулирование предельных цен?

10. Чем отличается понятие «предельная цена» от понятия «фиксированная цена»?

11. Каковы причины дифференциации тарифов на услуги жилищно-коммунального хозяйства в субъектах РФ?

Темы рефератов:

1. Психологические проблемы ценообразования

2. Развитие и современное представление о категории «цена». Виды цен, их классификация

3. Рыночный спрос и его эластичность

4. Система коммерческих скидок как инструмент ценовой политики

Тестовые задания:

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 ликероводочной 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 предприятиям 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 теплоэнергия, тарифы на которые регулируются ФЭК;
 - г) ликероводочная 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.

9. Что из ниже перечисленного относится к деятельности естественных монополий?

- 1. Добыча нефти.
- 2. Услуги портов.
- 3. Морские перевозки.
- 4. Добыча угля

Тема 6. Методы затратного ценообразования

Контрольные вопросы:

- 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 калькулирования по полным затратам?
- 5. Какие задачи можно решить, применяя калькулирование по сокращенным затратам?
- 6. Как определить нижнюю границу цены товара?

Темы рефератов:

- 1. Ценообразование и стимулирование продаж. Влияние рекламы на ценообразование
- 2. Ценообразование на рынке транспортных услуг
- 3. Ценообразование на рынке ценных бумаг
- 4. Ценообразование при индивидуальных прямых продажах

Тестовые задания:

- 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.

Тема 7. Методы рыночного ценообразования

Контрольные вопросы:

1. Чем отличаются рыночные методы ценообразования от затратных?
2. От каких факторов зависит и как определяется общая ценность товара для покупателей?
3. Что такое «премия покупателю» и чем она отличается от «премии за репутацию»?
4. Какие методы можно использовать для определения значимости отличий?
5. В каких отраслях наиболее распространены параметрические методы ценообразования?
6. Что такое параметрический ряд? Приведите примеры параметрических рядов.
7. В чем заключается преимущество методов параметрического ценообразования перед методами затратного ценообразования?
8. Кто может выступать в роли экспертов при определении цены товара методом

ранговой корреляции?

9. В каких случаях следует использовать балльный метод? В чем заключаются его преимущества и недостатки?

Темы рефератов:

1. Ценовая политика и стратегия предприятия
2. Ценообразование в условиях монополистической конкуренции
3. Ценообразование в условиях олигополии. Дилемма олигополистов
4. Ценообразование в условиях совершенной конкуренции. Равновесная цена

Тестовые задания:

1. К методам ценностного ценообразования не относится:
 - а) калькулирование по полным затратам;
 - б) удельное 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 конкордации 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 взаимодополняемую продукцию.

Тема 8. Стратегия цен ценообразования

Контрольные вопросы:

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?
8. Приведите примеры применения стратегий конкурентного ценообразования на продовольственном рынке; на рынке жилья; на рынке образовательных услуг; на рынке услуг транспорта; на рынке непродовольственных товаров.
9. Приведите примеры стратегий дифференцированного ценообразования и оцените условия их применения на продовольственном рынке; на рынке медицинских услуг; на рынке образовательных услуг; на рынке бытовой техники и электроники; на рынке канцелярских товаров.

Темы рефератов:

1. Система коммерческих скидок как инструмент ценовой политики
2. Состав и структура цены. Роль каждой составляющей
3. Установление цен на товары: подходы к проблеме ценообразования (способы, методы ценообразования)
4. Цена земли. Земельная рента

Тестовые задания:

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 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.

11. Снижение цен возможно на следующих стадиях жизненного цикла товара:

- а) внедрения на рынок;
- б) роста;
- в) зрелости;
- г) спада.

12. Основу риска при применении стратегии ценового прорыва составляют:

- а) недостаточная емкость рынка;
- б) высокая доля переменных затрат;
- в) отсутствие преимуществ перед конкурентами.

Тема 9. Учет риска при принятии ценовых решений

Контрольные вопросы:

1. Объясните, в чем заключаются ограничения классической теории риска.
2. Каковы определения риска, его черты, а также условия, сопутствующие риску?
3. Назовите и охарактеризуйте основные источники неопределенности, приводящие к возникновению риска при принятии ценовых решений.
4. Перечислите и охарактеризуйте функции риска. Какие из функций риска наиболее (наименее) выражены при принятии ценовых решений?
5. Раскройте классификационные признаки риска. Чем обусловлено возникновение того или иного вида риска в области ценообразования?
6. Охарактеризуйте вероятностный метод оценки рисков. Проанализируйте достоинства и ограничения подходов, отражающих применение вероятностного метода оценки степени риска ценовых решений.
7. В чем заключается суть статистического метода? С помощью каких показателей производится статистическая оценка риска и какова их интерпретация?
8. Каковы этапы оценки чувствительности результирующих показателей? Перечислите показатели, являющиеся результирующими при оценке риска ценовых решений.
9. В чем состоит особенность метода сценариев? Какова его взаимосвязь со статистическим методом оценки риска?
10. Каковы особенности экспертной оценки рисков ценовых решений. Какой показатель отражает согласованность мнений экспертов в процессе принятия решений в области ценообразования?
11. Охарактеризуйте процесс принятия ценовых решений в условиях риска.
12. В чем состоит отличие принятия ценовых решений в условиях риска и неопределенности?
13. Расскажите об основных методах принятия решений в условиях неопределенности.
14. Каковы установки, связанные с применением максиминного критерия Вальда для оценки риска?
15. Каковы установки, связанные с применением минимаксного критерия Севиджа для оценки риска?
16. Раскройте сущность избежания появления возможных рисков в области ценообразования. Что необходимо учитывать при использовании данного направления снижения риска?
17. Перечислите основные методы снижения риска. Каким образом осуществляется выбор метода снижения риска ценовых решений?
18. В чем заключается роль страхования в снижении рисков ценовых решений. Какова сфера применения и ограничения данного метода?
19. Раскройте особенности метода резервирования средств. Почему его важной характеристикой выступает определение требуемого объема создаваемых фондов?
20. Каковы особенности использования метода диверсификации при снижении рисков в области ценообразования?
21. Назовите виды ограничений, применяемых при лимитировании отдельных аспектов ценовых решений.

Темы рефератов:

1. Ценообразование на монополизированном рынке. Естественные монополии. Сферы деятельности и цены естественных монополий
2. Цены и инвестиции. Цена капитала

3. Цены и инфляция. Динамика мировых инфляционных процессов
4. Цены и конъюнктура на рынке продовольственных товаров.

Тестовые задания:

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. Причинами риска НЕ являются:
 - а) спонтанность природных процессов;
 - б) противоречивость;
 - в) случайность;
 - г) статистические оценки;
 - д) недостаточность и изменчивость информации;
 - е) страхование.

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) $\leq 0,33$;
 - б) $\geq 0,33$;
 - 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. Феномен сдвига риска возможен при следующем типе групповых экспертных процедур:

- а) при открытом обсуждении поставленных вопросов с последующим открытым или закрытым голосованием;
- б) свободном высказывании без обсуждения и голосования;
- в) закрытом обсуждении с последующим закрытым голосованием или заполнением анкет экспертного опроса.

9. Феномен сдвига риска означает, что после проведения открытой групповой дискуссии:

- а) возрастает уровень рискованности ценового решения;
- б) снижается уровень рискованности ценового решения;
- в) эксперты выделяют виды риска, не присущие данному ценовому решению;
- г) происходит разброс оценок экспертов.

10. Для принятия решения об использовании полученных от экспертов оценок необходимо, чтобы коэффициент конкордации:

- а) равнялся 0;
- б) равнялся 0,5;
- в) был больше 0,5.

11. При расчете уровня безубыточности в рамках оценки эффективности ценовых решений в условиях неопределенности и риска под «безубыточным» понимается объем продаж, при котором:

- а) чистая прибыль становится равной нулю;
- б) чистая прибыль больше нуля;
- в) балансовая прибыль равна нулю.

12. Какое из приведенных ниже выражений правильно характеризует критерий Вальда при принятии ценовых решений в условиях неопределенности:

- а) $\max_i \min_j a_{ij}$;
- б) $\min_i \min_j a_{ij}$;
- в) $\min_i \max_j a_{ij}$.

13. Какое из приведенных ниже выражений правильно характеризует критерий Севиджа при принятии ценовых решений в условиях неопределенности:

- а) $\max_i \min_j r_{ij}$;
- б) $\min_i \max_j r_{ij}$;
- в) $\min_i \max_j r_{ij}$.

14. Какое из приведенных ниже выражений правильно характеризует критерий Гурвица при принятии решений в условиях неопределенности:

- а) $\max_i \left(\chi \min_j a_{ij} + (1 - \chi) \max_j a_{ij} \right)$;
- б) $\min_i \left(\chi \max_j a_{ij} + (1 - \chi) \min_j r_{ij} \right)$;
- в) $\max_i \left(\chi \max_j r_{ij} + (1 - \chi) \min_j r_{ij} \right)$.

15. Принятие ценовых решений в условиях риска, а также расчет средневзвешенного показателя риска происходит на основе величины:

- а) выигрыша;
- б) потерь;
- в) вероятности;
- г) неопределенности.

16. При оценке риска ценовых решений по критерию недостаточного обоснования Лапласа вероятности:

- а) распределяются в порядке очередности возникновения рисков;
- б) распределяются пропорционально размеру потерь;
- в) распределяются пропорционально размеру выигрышей;
- г) принимаются равными.

17. Укажите среди перечисленных ниже методов, методы «предотвращения» рисков:

- а) диверсификация, локализация, диссипация;
- б) страхование, хеджирование, залог;
- в) санация, реструктуризация, ликвидация.

18. Основными методами снижения существующего риска ценовых решений НЕ являются:

- а) страхование;
- б) избежание;
- в) диверсификация;
- г) оценка;
- д) идентификация;
- е) лимитирование.

19. 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.

20. Диверсификация является способом снижения риска:

- а) систематического;
- б) политического;
- в) несистематического;
- г) технического.

21. Определение требуемого объема обособленных фондов возмещения убытков за счет части собственных оборотных средств хозяйствующего субъекта присуще методу:

- а) страхования;
- б) самострахования;
- в) диверсификации;
- г) лимитирования.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
ПК -22 способностью применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой, банковской деятельности, учета и контроля		
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – основные определения, понятия, критерии и правила регулирования бюджетных, налоговых, валютных отношений в области страховой, банковской деятельности, учета и контроля; – основные методы исследований и инструменты, используемые в регулировании бюджетных, налоговых, валютных отношений в области страховой, банковской деятельности, учета и контроле; – содержание правовых норм, определения понятий и структурные характеристики регулирования бюджетных, налоговых, валютных отношений в области страховой, банковской деятельности, учета и контроля; -определения процессов регулирования бюджетных, налоговых, валютных отношений в области страховой, банковской деятельности, учета и контроля; 	<p>Перечень теоретических вопросов к экзамену:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие «цена» как экономическая категория. 2. Функции цены. 3. Правила поведения потребителя. 4. Равновесие производителя. 5. Формирование цен в рыночных условиях и ценообразующие факторы. 6. Эластичность спроса и предложения. 7. Сущность системы цен. Основные блоки системы цен. 8. Признаки классификации цен и их основные виды. 9. Состав и структура цены. 10. Методологические вопросы ценообразования. 11. Условия и факторы ценообразования. 12. Содержание этапов процесса ценообразования. 13. Информация, необходимая для установления цен. 14. Политика, стратегия и тактика ценообразования. 15. Сущность и этапы разработки стратегии ценообразования. 16. Конкурентные стратегии ценообразования. 17. Стратегии дифференцированного ценообразования. 18. Стратегии ценообразования, ориентированные на конкурентную ситуацию на рынке. 19. Стратегии ценообразования на разных фазах жизненного цикла товаров. 20. Особенности ценообразования на различных типах рынка и методы расчета конкурентных показателей уровня концентрации рынка. 21. Затратные методы ценообразования. 22. Рыночные методы ценообразования. 23. Эконометрические методы ценообразования. 24. Скидки как инструмент ценовой политики фирмы.

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>25. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен. 26. Риски в установлении цен. 27. Ценовая дискриминация. 28. Цели, задачи, формы и виды государственного регулирования цен. 29. Вопросы ценообразования в Гражданском кодексе РФ. 189 30. Вопросы ценообразования в Налоговом кодексе РФ. 31. Государственное регулирование цен в зарубежных странах. 32. Взаимодействие цен с финансово-кредитной системой. 33. Взаимодействие цен и налогов. 34. Денежное обращение, инфляция и изменение цен. 35. Международная торговля: понятие, факторы, особенности развития. 36. Цена во внешнеторговых сделках. 37. Характеристика поправок, применяемых к ценам на экспортируемую и импортируемую продукцию. 38. Роль государства в регулировании внешнеэкономической деятельности.</p>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – выделять в текущей деятельности предприятий и организаций вопросы бюджетных, налоговых, валютных отношений, акцентируя внимание на их регулирование в области страховой, банковской деятельности, учета и контроля; – обсуждать способы эффективного решения проблем бюджетных, налоговых, валютных отношений, учитывая особенности их регулирования в страховой, банковской деятельности, учета и контроле; – распознавать в сфере страховой, банковской деятельности, учета и контроле эффективное решение от неэффективного с учетом норм, регулирующих бюджетные, налоговые, 	<p>Примерные практические задания для экзамена:</p> <p>Задание 1. Некоторые экономисты считают, что России необходимы финансово-промышленные группы, которые смогут организовать и упорядочить движение товарных и денежных потоков. Крупный оптовый продавец выгодно отличается от мелкого и розничного продавца тем, что не гонится за большой прибылью с единицы товара, предпочитая высокую прибыль от массы реализованных товаров. Крупные оптовики сами определяют розничную цену автомобиля, телевизора и т.п., а розничный продавец может лишь договариваться о своей доле в этой цене. Доводом в пользу финансово-промышленных групп является также опыт индустриально развитых стран, где около половины продукции реализуется по ценам, устанавливаемым лишь несколькими десятками ведущих транснациональных корпораций. Только такими методами можно преодолеть накрутки цен и хаос в реализации продукции.</p> <p>Согласны ли вы с таким решением проблемы? Приведите аргументы «за» и «против».</p> <p>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</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства																							
	<p>валютные отношения;</p> <p>– выявлять нормы, идентифицировать и формировать типичные модели для решения задач регулирования бюджетных, налоговых, валютных отношений в области страховой, банковской деятельности, учета и контроля;</p> <p>– применять полученные знания в области регулирования бюджетных, налоговых, валютных отношений в профессиональной деятельности; использовать их на междисциплинарном уровне;</p> <p>- приобретать знания в области применения норм, регулирующих бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой, банковской деятельности, учета и контроля;</p>	<p>исполнения договора - 450 руб., заработная плата на момент заключения договора - 2200 руб., на момент исполнения договора - 3300 руб.</p> <p>Задание 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.</p> <p>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?</p> <p>Задание 4. 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.</p> <p>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%?</p> <p>Задание 5. Определите возможное изменение выручки в результате повышения цены на 15%, если коэффициент эластичности спроса по цене данного товара равен 2,5.</p> <p>Задание 6. На основе исходных данных определите, что выгоднее для предприятия - производство фасованного молока, кефира или сметаны.</p> <p style="text-align: center;">Калькуляции затрат на производство молочной продукции</p> <table border="1" data-bbox="927 1209 2159 1476"> <thead> <tr> <th data-bbox="927 1209 1464 1326" rowspan="2">Статьи затрат</th> <th colspan="3" data-bbox="1464 1209 2159 1251">Затраты на 1 т продукции, руб.</th> </tr> <tr> <th data-bbox="1464 1251 1711 1326">молоко фасованное 2,5%</th> <th data-bbox="1711 1251 1957 1326">кефир фасованный 2,5%</th> <th data-bbox="1957 1251 2159 1326">сметана весовая 15%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="927 1326 1464 1362">Сырье и основные материалы</td> <td data-bbox="1464 1326 1711 1362">2132</td> <td data-bbox="1711 1326 1957 1362">2308</td> <td data-bbox="1957 1326 2159 1362">11040</td> </tr> <tr> <td data-bbox="927 1362 1464 1399">Транспортные расходы</td> <td data-bbox="1464 1362 1711 1399">204</td> <td data-bbox="1711 1362 1957 1399">204</td> <td data-bbox="1957 1362 2159 1399">1236</td> </tr> <tr> <td data-bbox="927 1399 1464 1436">Вспомогательные материалы</td> <td data-bbox="1464 1399 1711 1436">740</td> <td data-bbox="1711 1399 1957 1436">788</td> <td data-bbox="1957 1399 2159 1436">60</td> </tr> <tr> <td data-bbox="927 1436 1464 1476">Топливо и энергия на</td> <td data-bbox="1464 1436 1711 1476">266</td> <td data-bbox="1711 1436 1957 1476">288</td> <td data-bbox="1957 1436 2159 1476">1 250</td> </tr> </tbody> </table>	Статьи затрат	Затраты на 1 т продукции, руб.			молоко фасованное 2,5%	кефир фасованный 2,5%	сметана весовая 15%	Сырье и основные материалы	2132	2308	11040	Транспортные расходы	204	204	1236	Вспомогательные материалы	740	788	60	Топливо и энергия на	266	288	1 250
Статьи затрат	Затраты на 1 т продукции, руб.																								
	молоко фасованное 2,5%	кефир фасованный 2,5%	сметана весовая 15%																						
Сырье и основные материалы	2132	2308	11040																						
Транспортные расходы	204	204	1236																						
Вспомогательные материалы	740	788	60																						
Топливо и энергия на	266	288	1 250																						

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства			
		технологические цели			
		Заработная плата производственных рабочих с начислениями	50	58	34
		Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	320	426	1 202
		Переменные затраты			
		Цеховые расходы	110	90	100
		Общезаводские расходы	380	454	486
		Полная себестоимость			
		Рыночная цена в розничной торговле	10000	11000	26000
		Снабженческо-сбытовая надбавка, в % к отпускной цене	25	25	25
		Торговая надбавка, в % к цене закупки	15	15	15
		Прибыль производителя по полным затратам			
		Прибыль производителя по сокращенным затратам			
		Рентабельность по полным затратам			
		Рентабельность по сокращенным затратам			
		Задание 7. Производитель готовится вывести на рынок новую модель фотоаппарата. В зависимости от затрат на единицу продукции рассматриваются три варианта цен, каждому из которых соответствует определенный объем продаж.			
		Показатель	1-й вариант	2-й вариант	3-й вариант
		Цена, руб.	7 000	5 500	4 000
		Ожидаемый объем продаж 8 год, шт.	2 000	2 500	3 000
		Прямые переменные затраты на единицу	2 000	2 000	2 000

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства			
		продукции, руб.			
		Годовые постоянные затраты, руб.	4 000 000	320 000	2 450 000
		Капитальные вложения, руб.	24 000 000	2 400 000	24 000 000
		<p>Срок окупаемости капитальных вложений - 8 лет. Определите, какой уровень цены будет наиболее приемлем с точки зрения получения наибольшей прибыли. Задание 8. Молочный завод, расположенный в небольшом городе, является единственным поставщиком продукции на местный рынок. Емкость местного рынка значительно меньше мощности завода. Молочный завод поставляет основную часть своей продукции в два крупных города, которые расположены на расстоянии 250-300 км от завода. Цены, по которым продается продукция молочного завода, в этих городах на 10-15% ниже, чем в родном городе. Охарактеризуйте стратегию ценообразования данного завода. Дайте ей оценку с точки зрения факторов, влияющих на эффективность стратегии.</p>			
Владеть	<p>-корректно выражать и аргументировано обосновывать применение норм регулирования бюджетных, налоговых, валютных отношений в страховой, банковской деятельности, учете и контроле в предметной области знания.</p>	<p>Ситуационные задания: Ситуация 1. Первоначально известная медицинская фирма предлагает свой продукт – медицинскую мазь для смягчения поверхности губ – просто как белый вазелин (на долю этого вещества в структуре мази приходится 93,8 %) с добавками камфоры, ментола и фенола по низкой цене. Продажи незначительны. После того, как фирма позиционировала свой продукт как мазь от герпеса на губах и подняла цену на 100 % (без изменений в формуле продукта и, соответственно, его свойствах, а главное – затратах на производство), она смогла добиться куда более высокой прибыльности при возросшем объеме продаж. Ситуация 2. Крупная фирма – производитель кетчупа – потратила большие средства на научные исследования и сумела найти секретную формулу нового состава томатной пасты-приправы, благодаря которой кетчуп стал плотнее, чем у конкурентов, и лучше держался на поверхности блюд. Фирме удалось, благодаря этому нововведению, повысить свою долю на рынке на 21 %. Причем этот результат был получен на фоне повышения оптовой цены на 15 % – именно такую премиальную надбавку к цене эта фирма установила на новый кетчуп. Ситуация 3. В первые годы после массового выброса на рынок проигрывателей компакт-</p>			

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>дисков могло создаться впечатление, что изготовители проигрывателей для виниловых дисков, равно как и изготовители таких дисков, обречены: компакт-диски станут единственным вариантом аудиотехники. Однако такой прогноз не сбывся: к середине 1990-х гг. стало ясно, что и проигрыватели виниловых дисков, и сами эти диски удержались на рынке.</p> <p>Ситуация 4. Резкое подорожание бензина в результате энергетического кризиса в США в свое время не вызвало немедленного скачка спроса на более экономичные автомобили европейского и японского производства. Автовладельцы предпочитали ворчать, но платить куда больше за заправку. (Справедливости ради следует сказать, что через несколько лет покупатели стали дружно приобретать маленькие и экономичные европейские и японские автомобили.)</p> <p>Ситуация 5. Одна из отечественных фирм создала в начале 2000-х гг. весьма удобный и универсальный программный продукт для анализа финансового положения предприятий и разработки финансовых разделов бизнес-планов. Товар был предложен на рынок по весьма умеренной цене, учитывающей ограниченность финансовых ресурсов потенциальных отечественных покупателей. Однако продажи не пошли, хотя претензий к качеству продукта не было. Тогда руководители предприятия приняли решительный шаг – существенно повысили цену, приблизив ее к ценам импортных компьютерных программ и номинировав в долларах. Объем продаж немедленно вырос.</p> <p>Ситуация 6. Отечественный автомобилестроительный завод для производства легковых автомобилей покупает металлический лист и заготовки у предприятий черной металлургии России. Пока этот автомобиль был дефицитным и за ним стояла очередь, руководство автозавода было не слишком чувствительно к уровню цены на металл. Однако к середине 2000-х гг. завод столкнулся с заговариванием – покупатели не хотели приобретать отечественные авто по столь высоким ценам, которые завод был вынужден назначать из-за порожденного инфляцией роста затрат на производство. В конце концов, руководство завода было вынуждено провести переговоры со своими поставщиками-металлургами и заключить с ними договор. По этому договору, в частности, металлурги обязались не повышать цены чаще, чем раз в квартал, и предупреждать об этом завод. Завод, со своей стороны, обещал не допускать неплатежей за поставленный ему металл и создать со временем финансово-промышленную группу, чтобы помочь металлургам с получением инвестиций.</p>

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Промежуточная аттестация по дисциплине «Цены и ценообразование» включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в форме экзамена.

Экзамен по данной дисциплине проводится в устной форме по экзаменационным билетам, каждый из которых включает 2 теоретических вопроса и одно практическое задание.

Показатели и критерии оценивания экзамена:

– на оценку **«отлично»** (5 баллов) – обучающийся демонстрирует высокий уровень сформированности компетенций, всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, свободно выполняет практические задания, свободно оперирует знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

– на оценку **«хорошо»** (4 балла) – обучающийся демонстрирует средний уровень сформированности компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

– на оценку **«удовлетворительно»** (3 балла) – обучающийся демонстрирует пороговый уровень сформированности компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

– на оценку **«неудовлетворительно»** (2 балла) – обучающийся демонстрирует знания не более 20% теоретического материала, допускает существенные ошибки, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

– на оценку **«неудовлетворительно»** (1 балл) – обучающийся не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Ценообразование : учебник / В. А. Слепов, Т. Е. Николаева, Е. С. Глазова ; под ред. В. А. Слепова. - 3-е изд. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=349115> (дата обращения 01.09.2020)

2. Шуляк, П. Н. Ценообразование: Учебно-практическое пособие / Шуляк П.Н., - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2018. - 196 с.: ISBN 978-5-394-01387-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=132301> (дата обращения 01.09.2020)

б) Дополнительная литература:

1. Шуляк, П.Н. Ценообразование [Электронный ресурс]: учеб.-практическое пособие / П.Н. Шуляк, - 13-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2018. - 196 с.: ISBN 978-5-394-01387-4 - Режим доступа: <https://new.znanium.com/read?id=132301> – Загл. с экрана.

2. Костина, Н. Н. Цены и ценообразование : учебное пособие / Н. Н. Костина ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2014. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. URL: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=1361.pdf&show=dcatalogues/1/1123814/1361.pdf&view=true> (дата обращения 01.09.2020)

3. Жиделева, В. В. Экономика предприятия : учебное пособие / В. В. Жиделева, Ю. Н. Каптейн. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 133 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005672-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=344847> (дата обращения 01.09.2020)

в) Методические указания:

Методические указания представлены в приложении 1.

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Windows 7	Д-1227 от 08.10.2018	11.10.2021
	Д-757-17 от 27.06.2017	27.07.2018
MS Office 2007	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое	бессрочно
7 Zip	свободно распространяемое	бессрочно

Интернет ресурсы

1. Информационная система - Единое окно доступа к информационным ресурсам. - URL: <http://window.edu.ru/>, свободный доступ

2. Международная база полнотекстовых журналов Springer Journals. – Режим доступа: <http://link.springer.com/>, вход по IP-адресам вуза

3. Международная база справочных изданий по всем отраслям знаний SpringerReference. – Режим доступа: <http://www.springer.com/references>, вход по IP-адресам вуза

4. Международная наукометрическая реферативная и полнотекстовая база данных научных изданий «Web of science». – Режим доступа: <http://webofscience.com>, вход по IP-адресам вуза

5. Международная реферативная и полнотекстовая справочная база данных научных изданий «Scopus». – Режим доступа: <http://scopus.com>, вход по IP-адресам вуза

6. Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). – Режим доступа: https://elibrary.ru/project_risc.asp , регистрация по логину и паролю

7. Поисковая система Академия Google (Google Scholar). - URL: <https://scholar.google.ru/>

8. Российская Государственная библиотека. Каталоги. – Режим обращения: <https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/> , свободный доступ

9. Университетская информационная система РОССИЯ. – Режим доступа: <https://uisrussia.msu.ru>, свободный доступ

10. Федеральный образовательный портал – Экономика. Социология. Менеджмент. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru>, свободный доступ

11. Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС». – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/> , вход по IP-адресам вуза, с внешней сети по логину и паролю

12. Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова. – Режим обращения: <http://magtu.ru:8085/marcweb2/Default.asp>, вход с внешней сети по логину и паролю

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Тип и название аудитории	Оснащение аудитории
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.
Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации. Комплекс тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.
Помещения для самостоятельной работы: обучающихся	Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Шкафы для хранения учебно-методической документации, учебного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Методические указания по написанию реферата

При выполнении реферата для полного и правильного раскрытия содержания темы важнейшее значение имеет самостоятельный поиск и анализ библиографических источников, в частности:

- научных работ российских и зарубежных ученых по данной проблеме;
- нормативно-правовых актов, регламентирующих вопросы организации социально-экономического планирования;
- статистических данных;
- материалов периодической печати по теме контрольной работы;
- интернет-ресурсов.

Самостоятельная работа при подборе литературы не исключает, а наоборот, предполагает систематические консультации с преподавателем.

Реферат должен включать следующие элементы:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Во введении обосновывается актуальность исследуемой проблемы, раскрывается степень ее изученности, формулируются цели и задачи, определяется предмет, объект и методы исследования. Основная часть должна содержать текстовые материалы и числовые данные, отражающие существо, методику и отдельные результаты, достигнутые в ходе выполнения контрольной работы. В заключении излагаются общие выводы и предложения по результатам изучения темы.

Объем контрольной работы должен составлять примерно 15-20 страниц машинописного текста.

При обнаружении кафедрой идентично выполненных работ, обе работы аннулируются, студенты выполняют работу повторно (другой вариант).

Возможные темы рефератов

1. Анализ безубыточности ценовых решений
2. Биржи и аукционы: принципы торговли, особенности ценообразования
3. Виды маркетинговых стратегий ценообразования, условия их применения
4. Влияние конкуренции на процесс формирования цен
5. Возможности использования экономической теории в практике ценообразования
6. Вопросы чувствительности покупателей к различным уровням цен
7. Государственное регулирование цен: мера централизованного воздействия на рынок. Виды государственного регулирования цен (опыт иностранных государств)
8. Государственное регулирование цен: мера централизованного воздействия на рынок. Виды государственного регулирования цен (опыт России)
9. Затратное и ценностное ценообразование
10. Методы исследования ценовой динамики. Средние цены. Индексы
11. Методы оценки риска в расчётах цен
12. Методы прогнозирования цен в условиях рынка
13. Методы ценообразования: антагонизм затратных и рыночных методов
14. Организация контроля за соблюдением государственной дисциплины цен
15. Понятие и показатели рыночной конъюнктуры

16. Проблемы ценообразования в добывающих отраслях
 17. Проблемы ценообразования в жилищно-коммунальном хозяйстве
 18. Проблемы ценообразования в топливно-энергетическом комплексе
 19. Проблемы ценообразования в черной металлургии
 20. Проблемы ценообразования на рынках жилья
 21. Психологические проблемы ценообразования
 22. Развитие и современное представление о категории «цена». Виды цен, их классификация
 23. Рыночный спрос и его эластичность
 24. Система коммерческих скидок как инструмент ценовой политики
 25. Состав и структура цены. Роль каждой составляющей
 26. Установление цен на товары: подходы к проблеме ценообразования (способы, методы ценообразования)
 27. Цена земли. Земельная рента
 28. Ценовая политика и стратегия предприятия
 29. Ценообразование в условиях монополистической конкуренции
 30. Ценообразование в условиях олигополии. Дилемма олигополистов
 31. Ценообразование в условиях совершенной конкуренции. Равновесная цена
 32. Ценообразование и стимулирование продаж. Влияние рекламы на ценообразование
 33. Ценообразование на рынке транспортных услуг
 34. Ценообразование на рынке ценных бумаг
 35. Ценообразование при индивидуальных прямых продажах
 36. Ценообразование на монополизированном рынке. Естественные монополии.
- Сферы деятельности и цены естественных монополий
37. Цены и внешняя торговля. Инкотермс как международные правила торговли
 38. Цены и инвестиции. Цена капитала
 39. Цены и инфляция. Динамика мировых инфляционных процессов
 40. Цены и конъюнктура на рынке продовольственных товаров.