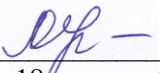


Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленская государственная сельскохозяйственная академия»

Кафедра экономики и бухгалтерского учета

Согласовано

Председатель Методического совета
экономического факультета

 О.В. Лазько
«18» апреля 2019 г.

Утверждено

решением кафедры экономики и
бухгалтерского учета
«10» апреля 2019 г.
протокол № 8

Зав. кафедрой  Е.С. Воробьева

Рабочая программа дисциплины
«Ценообразование»

Направление подготовки **38.03.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) программы **Производственный менеджмент в АПК**

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная, заочная**

Смоленск 2019

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Составитель:

к.э.н., доцент



А.Л. Тимофеева

09.04.2019 г.

Рецензент:

Зав. кафедрой управления
производством, д.э.н. профессор



А.В. Белокопытов

09.04.2019 г.

Оглавление

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины).....	4
2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.	5
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	6
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	7
4.1 Перечень разделов дисциплины с указанием трудоемкости аудиторной (контактной) и самостоятельной работы, видов контролей и перечня компетенций	7
4.2 Содержание дисциплины по разделам и темам	8
4.3 Тематический план по очной форме обучения	11
4.4 Тематический план по заочной форме обучения.....	14
5. Перечень учебно-методического обеспечения по дисциплине (модулю).	15
6. Оценочные материалы.	15
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).....	15
8. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы	16
9. Лицензионное программное обеспечение.....	16
Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Ценообразование»	17
1. Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций	18
2. Описание шкал оценивания	24
3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	25

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины).

В результате изучения дисциплины «Ценообразование» у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции:

Содержательная структура компонентов компетенций

Названия компетенций	Части компонентов
способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений(ПК-5)	Знать: взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний; ценовые стратегии и условия их применения; методы ценообразования и специфику их применения.
	Уметь: анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений; разрабатывать ценовую политику и стратегию организации; представлять результаты проведенной работы в виде отчета, обзора или статьи.
	Владеть: способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений; приемами оценки степени риска и эффективности принятия ценовых решений.
владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7)	Знать: методический инструментарий реализации управленческих решений в области функционального менеджмента; существующие подходы к теории цены; функции и виды цен; структуру цены на различных стадиях товародвижения; факторы ценообразования.
	Уметь: координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ; определять вид цены; рассчитывать структуру цены; собирать, обрабатывать, анализировать информацию, необходимую для принятия ценовых решений.
	Владеть: навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов; методами расчета цен; тактическими приемами ценообразования; методами калькулирования себестоимости продукции.
способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и	Знать: экономические основы поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли; методы ценообразования и специфику их применения; источники и методы получения ценовой информации; законодательные акты в области ценообразования; отраслевые особенности ценообразования.
	Уметь: выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса; собирать, обрабатывать, анализировать информацию, необходимую для принятия ценовых решений; оценивать конъюнктуру рынка; представлять

формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9)	результаты проведенной работы в виде отчета, обзора или статьи.
	Владеть: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; приемами оценки степени риска и эффективности принятия ценовых решений.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Ценообразование» входит в вариативную часть и изучается студентами как дисциплина по выбору. Знания и навыки, полученные при изучении «Ценообразования» позволяют расширить возможности будущего бакалавра менеджмента в области организации эффективной работы предприятия.

Цель дисциплины – научить студентов использовать в практической деятельности организаций методики и приемы, полученные в результате обучения.

Задачи дисциплины: научить студентов анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений в области ценообразования и ценовой политики; подготовить студентов к самостоятельной постановке и осмысленному решению задач в области ценообразования; научить навыкам поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов в области установления цены; способствовать развитию умения координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ в области ценообразования и ценовой политики предприятия; научить оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и формирование организациями стратегии ценообразования и ценовую политику, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли; расширить знания студентов о теоретических основах ценообразования; познакомить студентов с методическими основами и методами ценообразования; привить студентам навыки решения прикладных задач в области ценообразования; дать основы правильного выбора ценовых стратегий, грамотной тактики формирования цен, научить использовать экономически выверенные методы ценообразования.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

3.1 Очная форма обучения

Вид учебной работы	8 семестр
Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	3
часов	108
Аудиторная (контактная) работа, часов	48
в т.ч. занятия лекционного типа	24
занятия семинарского типа	24
Самостоятельная работа обучающихся, часов	60
Вид промежуточной аттестации	зачет

3.2 Заочная форма обучения

Вид учебной работы	9 семестр
Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	3
часов	108
Аудиторная (контактная) работа, часов	4
в т.ч. занятия лекционного типа	2
занятия семинарского типа	2
Самостоятельная работа обучающихся, часов	100
Контроль	4
Вид промежуточной аттестации	зачет

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.

4.1 Перечень разделов дисциплины с указанием трудоемкости аудиторной (контактной) и самостоятельной работы, видов контролей и перечня компетенций

Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Трудоемкость, часов			Форма текущего контроля	Перечень компетенций
	всего	в том числе			
		аудиторной (контактной) работы	Самостоятельной работы		
Раздел 1. Цена как экономическая категория	27	18	9	тест	ПК-7 ПК-9
Тема 1. Понятие и сущность цены в рыночной экономике.	9	6	3		
Тема 2. Система цен.	9	6	3		
Тема 3. Государственное регулирование цен и ценообразования.	9	6	3		
Раздел 2. Цены в экономике предприятия	57	18	39	контрольная работа	ПК-5 ПК-7 ПК-9
Тема 1. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровню цен.	2	2	-		
Тема 2. Формирование цен с учётом конкуренции.	2	2	-		
Тема 3. Основы формирования ценовой стратегии.	2	2	-		
Тема 4. Методы ценообразования.	51	12	39		
Раздел 3. Особенности ценообразования на отдельных рынках товаров и услуг	24	12	12	устный опрос	ПК-9
Тема 1. Особенности ценообразования на рынках услуг	8	4	4		
Тема 2. Ценообразование во внешней торговле.	8	4	4		
Тема 3. Особенности ценообразования в агропромышленном комплексе.	8	4	4		
Итого	108	48	60		

Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Трудоемкость, часов			Форма текущего контроля	Перечень компетенций
	всего	в том числе			
		аудиторной (контактной) работы	Самостоятельной работы		
Раздел 1. Цена как экономическая категория	29	1	28	тест	ПК-7 ПК-9
Тема 1. Понятие и сущность цены в рыночной экономике.	10	-	10		
Тема 2. Система цен.	7	1	6		
Тема 3. Государственное регулирование цен и ценообразования.	12	-	12		
Раздел 2. Цены в экономике предприятия	47	3	44	контрольная работа	ПК-5 ПК-7 ПК-9
Тема 1. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровню цен.	7	-	7		
Тема.2. Формирование цен с учётом конкуренции.	6	-	6		
Тема 3. Основы формирования ценовой стратегии.	10	1	9		
Тема 4. Методы ценообразования	24	2	22		ПК-9
Раздел 3. Особенности ценообразования на отдельных рынках товаров и услуг	28	-	28	устный опрос	
Тема 1. Особенности ценообразования на рынках услуг.	10	-	10		
Тема 2. Ценообразование во внешней торговле.	9	-	9		
Тема 3. Особенности ценообразования в агропромышленном комплексе.	9	-	9		
Итого	104	4	100		

4.2 Содержание дисциплины по разделам и темам

Раздел 1. Цена как экономическая категория

Цель - предусматривает изучение теоретических основ ценообразования.

Задачи – изучить понятие и сущность цены в рыночной экономике; систему цен; государственное регулирование цен и ценообразования.

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Понятие и сущность цены в рыночной экономике.

Эволюция теории рыночного ценообразования: Устойчивость рыночного равновесия. Динамическая модель цены. Эластичность спроса от цен и определяющие ее факторы. Эластичность предложения и ценовых ожиданий. Факторы затрат и прибыли в ценообразовании. Ценообразование на различных типах рынков. Кривая производственных возможностей. Совершенная и несовершенная конкуренция. Законы спроса и предложения. Равновесные цены. Уравновешивающая функция цены. Валовые и предельные издержки. Предельный доход и цена. Правило равенства предельного дохода предельным издержкам. Методический инструментарий реализации управленческих

решений в области функционального менеджмента.

Тема 2. Система цен

Сбор, анализ и обработка данных о видах цен. Виды цен. Структура цены. Издержки производства и обращения - стоимостная основа цены. Чистый доход. Методы формирования затрат. Состав затрат, включаемых в себестоимость продукции. Методы проектирования прибыли. Модели цены. Стадии товародвижения и стадии ценообразования. Оптовая и розничная цены.

Тема 3. Государственное регулирование цен и ценообразования.

Воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления. Формы государственного ценового регулирования. Система государственного ценового регулирования в РФ. Ценовое регулирование деятельности монополий. Контроль за соблюдением законодательства о ценообразовании. Регулирование цен и доходов населения. Государственное регулирование цен в зарубежных странах.

Раздел 2. Цены в экономике предприятия

Цель – изучение инструментов формирования ценовой политики организации.

Задачи – предусматривает изучение методов, стратегий, тактики ценообразования и ценовую политику в маркетинге предприятия.

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровню цен.

Рыночные и специфические риски. Поведение потребителей экономических благ и формирование спроса. Экономическая ценность товара и порядок её определения. Цена безразличия. Чувствительность покупателя к цене. Факторы, определяющие чувствительность показателей к уровню цен. Эффект представлений о наличии заменяющих товаров. Эффект уникальности. Эффект затрат на переключение. Эффект затруднённости сравнений. Эффект оценки качества через цену. Эффект дороговизны товара. Эффект значимости конечного результата. Эффект возможного разделения затрат на покупку. Эффект воспринимаемой «справедливости» цены. Эффект пригодности товара для резервирования

Тема 2. Формирование цен с учётом конкуренции.

Экономические основы поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли. Влияние конкуренции на процесс обоснования цен. Игра с положительной суммой выигрыша. Игра с отрицательной суммой выигрыша. Ценовая стратегия и ценовая политика фирмы. Политика фиксированных цен. Использование информационных потоков для реализации ценовой стратегии. Ценовые факторы выбора конкурентной стратегии.

Тема 3. Основы формирования ценовой стратегии.

Функциональные стратегии компаний. Базовые стратегии ценообразования. Стратегия премиального ценообразования. Стратегия ценового прорыва. Нейтральная стратегия ценообразования. Стратегии дифференцированного ценообразования. Стратегии конкурентного ценообразования. Ассортиментные стратегии ценообразования. Сбор, анализ и обработка данных с целью формирования ценовой стратегии.

Тема 4. Методы ценообразования.

Расчеты цены для экономического раздела плана, обоснование цены. Представление результатов в соответствии с принятыми в организации стандартами. Методы ценообразования, основанные на издержках производства. Методы ценообразования, ориентированные на качество и потребительские свойства продукции. Методы ценообразования, ориентированные на спрос, уровень конкуренции. Отпускная цена предприятия и порядок её формирования на основе затратного метода. Классификация затрат и способы калькулирования себестоимости единицы продукции. Обоснование себестоимости по статьям расходов. Варианты отнесения условно-постоянных расходов на себестоимость единицы продукции. Учет условий поставки в

ценах заключаемых соглашений, договоров и контрактов. Обоснование прибыли в ценах, определяемых затратным методом. Поэтапный контроль реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов.

Раздел 3. Особенности ценообразования на отдельных рынках товаров и услуг

Цель – изучение особенностей ценообразования на отдельных рынках товаров и услуг.

Задачи – изучить особенности ценообразования в агропромышленном комплексе, внешней торговле, строительстве, особенности формирования цен на услуги; уметь рассчитывать цены и тарифы с учетом особенностей различных отраслей.

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Особенности ценообразования на рынках услуг.

Поведение потребителей экономических благ и формирование спроса, поведение организаций, структур рынков и конкурентной среды на рынках услуг. Цены и тарифы на жилищно-коммунальные услуги. Особенности ценообразования на услуги связи. Ценообразование на туристские услуги.

Транспортный тариф как особый вид цены. Специфика формирования транспортных тарифов на национальном рынке. Расчет транспортных издержек. Тарифы на грузовые железнодорожные перевозки. Тарифы на грузовые автомобильные перевозки.

Особенности формирования торговых наценок. Состав торговой наценки. Обоснование размеров торговых наценок. Расчет конечной розничной цены.

Становление рынка бытовых услуг. Особенности ценообразования на рынке бытовых услуг. Формирование цен и тарифов на бытовые услуги. Рентабельность бытовых услуг. Особенности цен в зависимости от видов предоставляемых услуг.

Особенности ценообразования в общественном питании. Определение наценок для предприятий общественного питания. Формирование продажных цен на покупные товары. Установление цен на продукцию собственного производства предприятий общественного питания.

Тема 2. Ценообразование во внешней торговле.

Поведение потребителей экономических благ и формирование спроса, поведение организаций, структур рынков и конкурентной среды во внешней торговле. Методологические основы формирования мировых цен. Взаимообусловленность внутренних и внешнеторговых цен. Проблемы измерения уровня и динамики внешнеторговых цен. Обоснование цены внешнеторгового контракта. ИНКОТЕРМС. Цены при товарообменных операциях.

Тема 3. Особенности ценообразования в агропромышленном комплексе.

Поведение потребителей экономических благ и формирование спроса, поведение организаций, структур рынков и конкурентной среды в агропромышленном комплексе. Сбор, анализ и обработка данных о сезонном движении цен и циклическая динамика цен на сельскохозяйственную продукцию. Целевые, гарантированные и залоговые цены на продукцию сельского хозяйства. Товарные и закупочные интервенции. Диспаритет цен. Государственное регулирование в области формирования цен на продукцию сельского хозяйства. Опыт зарубежных стран в области государственного регулирования сельского хозяйства.

4.3 Тематический план по очной форме обучения

Раздел 1. Цена как экономическая категория.

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа)

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
Понятие и сущность цены в рыночной экономике.	1. Предмет и задачи курса. 2. Экономическое содержание цены. 3. Функции цен. 4. Ценообразование на различных типах рынков.	4
Система цен	1. Классификация цен. Сбор, анализ и обработка данных о видах цен. 2. Структура цены. 3. Виды скидок с цены.	4
Государственное регулирование цен и ценообразования.	1. Макроэкономическая среда. 2. Основные недостатки рынка. Необходимость и цели государственного регулирования цен. 3. Регулирование цен и доходов населения. 4. Основные виды регулируемых цен. 5. Методы регулирования цен.	4

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа)

Тема	Видработы (методпроведения)	Трудоемкость, часов
Понятие и сущность цены в рыночной экономике.	Групповая дискуссия*	2
Система цен	Анализ ситуаций *	2
Государственное регулирование цен и ценообразования.	Групповая дискуссия*	2

* - учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств в 1 разделе – 6 часов.

Самостоятельная работа

Тема	Трудоемкость, часов	Контроль
Понятие и сущность цены в рыночной экономике.	3	Тест
Система цен	3	
Государственное регулирование цен и ценообразования.	3	

Раздел 2. Цены в экономике предприятия

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа)

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровню цен.	1) Поведение потребителей экономических благ и формирование спроса. 2) Экономическая ценность товара и порядок её определения. 3) Чувствительность покупателей к ценам. 4) Рыночные и специфические риски.	2
Формирование цен с учётом конкуренции.	1) Экономические основы поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли. 2) Влияние конкуренции на процесс обоснования цен. 3) Ценовая стратегия и ценовая политика фирмы. 4) Ценовые факторы выбора конкурентной стратегии.	2
Основы формирования ценовой стратегии.	1) Функциональные стратегии компаний. 2) Выбор типа ценовой стратегии. 3) Стратегия премиального ценообразования. 4) Стратегия ценового прорыва. 5) Нейтральная стратегия ценообразования. 6) Сбор, анализ и обработка данных с целью формирования ценовой стратегии.	2

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа)

Тема	Вид работы (метод проведения)	Трудоемкость, часов
Методы ценообразования.	Анализ ситуаций*	12

* - учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств во 2 разделе – 12 часов.

Самостоятельная работа

Тема	Контроль	Трудоемкость, часов
Методы ценообразования.	Контрольная работа	39

Раздел 3. Особенности ценообразования на отдельных рынках товаров и услуг
Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа)

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
Особенности ценообразования на рынках услуг	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поведение потребителей экономических благ и формирование спроса, поведение организаций, структур рынков и конкурентной среды на рынках услуг. 2. Цены и тарифы на жилищно-коммунальные услуги. 3. Особенности ценообразования на услуги связи. 4. Ценообразование на туристские услуги. 5. Транспортный тариф как особый вид цены. 6. Особенности формирования торговых наценок. 7. Расчет конечной розничной цены. 8. Формирование цен и тарифов на бытовые услуги. 9. Особенности ценообразования в общественном питании. 	2
Ценообразование во внешней торговле.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поведение потребителей экономических благ и формирование спроса, поведение организаций, структур рынков и конкурентной среды во внешней торговле. 2. Методологические основы формирования мировых цен. 3. Взаимообусловленность внутренних и внешнеторговых цен. 4. Проблемы измерения уровня и динамики внешнеторговых цен. 5. Обоснование цены внешнеторгового контракта. 6. Цены при товарообменных операциях. 	2
Особенности ценообразования в агропромышленном комплексе.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поведение потребителей экономических благ и формирование спроса, поведение организаций, структур рынков и конкурентной среды в агропромышленном комплексе. 2. Сбор, анализ и обработка данных о сезонном движении цен на сельскохозяйственную продукцию. 3. Механизм ценообразования. 4. Целевые, гарантированные и залоговые цены на продукцию сельского хозяйства. 5. Товарные и закупочные интервенции. 6. Диспаритет цен 7. Государственное регулирование в области формирования цен на продукцию сельского хозяйства. 8. Опыт зарубежных стран в области государственного регулирования сельского хозяйства. 	2

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа)

Тема	Вид работы (метод проведения)	Трудоемкость, часов
Особенности ценообразования на рынках услуг.	Групповая дискуссия*	2
Ценообразование во внешней торговле.	Групповая дискуссия*	2
Особенности ценообразования в агропромышленном комплексе.	Групповая дискуссия*	2

* - учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств в 3 разделе – 6 часов.

учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств всего – 24 часа.

Самостоятельная работа

Тема	Контроль	Трудоемкость, часов
Особенности ценообразования на рынках услуг	Устный опрос	4
Ценообразование во внешней торговле.		4
Особенности ценообразования в агропромышленном комплексе.		4

4.4 Тематический план по заочной форме обучения

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа)

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
Система цен	1. Классификация цен. Сбор, анализ и обработка данных о видах цен. 2. Структура цены. 3. Виды скидок с цены.	1
Основы формирования ценовой стратегии.	1. Функциональные стратегии компаний. 2. Выбор типа ценовой стратегии. 3. Стратегия премиального ценообразования. 4. Стратегия ценового прорыва. 5. Нейтральная стратегия ценообразования. 6. Сбор, анализ и обработка данных с целью формирования ценовой стратегии.	1

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа)

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
Методы ценообразования.	Практический (решение задач)	2

Самостоятельная работа

Тема	Контроль	Трудоемкость, часов
Понятие и сущность цены в рыночной экономике.	Тесты, контрольная работа, устный опрос	10
Система цен.		6
Государственное регулирование цен и ценообразования.		12
Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровню цен.		7
Формирование цен с учётом конкуренции.		6
Основы формирования ценовой стратегии.		9
Методы ценообразования		22
Особенности ценообразования на рынках услуг.		10
Ценообразование во внешней торговле.		9
Особенности ценообразования в агропромышленном комплексе.		9

5. Перечень учебно-методического обеспечения по дисциплине (модулю).

1. Тимофеева А.Л. Методические указания и задания для самостоятельной работы по дисциплине «Ценообразование» [Текст] / ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА; [А.Л. Тимофеева] – Смоленск, 2018. – 28 с. – Режим доступа: https://www.sgsha.ru/sgsha/biblioteka/met.uk_cenoobrazovanie.pdf

6. Оценочные материалы.

Оценочные материалы в виде фонда оценочных средств по дисциплине «Ценообразование» представлены в приложении А к рабочей программе дисциплины.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).***Основная литература:***

1. Баздникин, А.С. Цены и ценообразование. – М.: Юрайт, 2011. – 370 с. – (Основы наук).
2. Минаков, И.А. Экономика и управление предприятиями, отраслями и комплексами АПК. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : Лань, 2017. — 404 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/91296>

Дополнительная литература:

1. Бельская, О.В. Ценообразование во внешней торговле. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. – ФГБОУ ВПО Великолукская ГСХА, 2014. –94 с. — Режим доступа: <http://ebs.rgazu.ru/?q=node/4487>
2. Васюхин, О.В. Основы ценообразования. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. – СПб: СПбГУ ИТМО, 2010. –110с. — Режим доступа: <http://ebs.rgazu.ru/?q=node/257>
3. Липсиц, И.В. Ценообразование: учебно-практическое пособие для бакалавров. – М.:Юрайт, 2012. – 399 с.
4. Герасименко, В.В. Ценообразование : учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 422 с.

8. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Федеральная служба государственной статистики. Цены.
http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/tariffs/
2. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС)
<https://fedstat.ru/>
3. Информационные системы Минсельхоза России <http://opendata.mcx.ru/opendata/>
4. Информационно-справочная правовая система «Гарант-аналитик»
<http://www.garant.ru>
5. Информационно-справочная правовая система «КонсультантПлюс»
<http://www.consultant.ru/>
6. Базы данных: Российский индекс научного цитирования <https://elibrary.ru/>
7. Базы данных: Электронно-библиотечная система "AgriLib" <http://www.ebs.rgazu.ru/>
8. Открытые данные Минпромторга России <http://minpromtorg.gov.ru/opendata/>
9. Открытые статистические данные Министерства транспорта Российской Федерации
<https://www.mintrans.ru/opendata/stat>

9. Лицензионное программное обеспечение

1. Операционная система WindowsXP, Windows 7, Windows 10 для образовательных организаций (Подписка MicrosoftImaginePremium (renewal) в рамках соглашения №600798690 от 30.01.2018)
2. Офисное ПО из состава пакета MicrosoftOffice 2003, 2007, 2010, 2013 Pro и Std
Корпоративная лицензия OLP (договор с ООО «Ритейл-сервис» №ГРС-000545 от 26.11.2014)

**Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленская государственная сельскохозяйственная академия»**

**Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной
аттестации обучающихся по дисциплине «Ценообразование»**

Направление подготовки **38.03.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) программы **Производственный менеджмент в АПК**

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная, заочная**

Смоленск 2019 г.

1. Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций

Код и наименование компетенции	Критерии освоения компетенции	Показатели оценивания сформированности компетенций	Процедуры оценивания
ПК-5 способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	Пороговый (удовлетворительно)	<p>Знает: взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний; ценовые стратегии; методы ценообразования.</p> <p>Умеет: анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений; разрабатывать ценовую политику и стратегию организации.</p> <p>Владеет: способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений; приемами оценки эффективности принятия ценовых решений.</p>	Тестирование, выполнение контрольной работы
	Продвинутый (хорошо)	<p>Знает: твердо знает: взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний; ценовые стратегии; методы ценообразования и специфику их применения.</p> <p>Умеет: уверенно умеет: анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений; разрабатывать ценовую политику и стратегию организации; представлять результаты проведенной работы в виде отчета.</p> <p>Владеет: уверенно владеет: способностью</p>	Тестирование, выполнение контрольной работы

		анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений; приемами оценки степени риска и эффективности принятия ценовых решений.	
	Высокий (отлично)	<p>Знает: сформировавшееся систематическое знание: взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний; ценовые стратегии и условия их применения; методы ценообразования и специфику их применения.</p> <p>Умеет: сформировавшееся систематическое умение: анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений; разрабатывать ценовую политику и стратегию организации; представлять результаты проведенной работы в виде отчета, обзора или статьи.</p> <p>Владеет: сформировавшееся систематическое владение: способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений; приемами оценки степени риска и эффективности принятия ценовых решений.</p>	Тестирование, выполнение контрольной работы
ПК-7 владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность	Пороговый (удовлетворительно)	<p>Знает: методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента; существующие подходы к теории цены.</p> <p>Умеет: координировать деятельность исполнителей</p>	Тестирование, выполнение контрольной работы

исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ		с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ; определять вид цены; рассчитывать структуру цены. Владеет: навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов; методами расчета цен.	
	Продвинутый (хорошо)	Знает: твердо знает: методический инструментарий реализации управленческих решений в области функционального менеджмента; существующие подходы к теории цены; функции и виды цен; структуру цены на различных стадиях товародвижения. Умеет: уверенно умеет: координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ; определять вид цены; рассчитывать структуру цены; собирать, информацию, необходимую для принятия ценовых решений. Владеет: уверенно владеет: навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов; методами расчета цен;	Тестирование, выполнение контрольной работы

		методами калькулирования себестоимости продукции.	
	Высокий (отлично)	<p>Знает: сформировавшееся систематическое знание: методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента; существующие подходы к теории цены; функции и виды цен; структуру цены на различных стадиях товародвижения; факторы ценообразования.</p> <p>Умеет: сформировавшееся систематическое умение: координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ; определять вид цены; рассчитывать структуру цены; собирать, обрабатывать, анализировать информацию, необходимую для принятия ценовых решений.</p> <p>Владеет: сформировавшееся систематическое владение: навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов; методами расчета цен; тактическими приемами ценообразования; методами калькулирования себестоимости продукции.</p>	Тестирование, выполнение контрольной работы
ПК-9 способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов	Пороговый (удовлетворительно)	<p>Знает: экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли; методы ценообразования; источники получения ценовой</p>	Тестирование, выполнение контрольной работы, устный опрос

<p>государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>		<p>информации. Умеет: выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса; собирать, информацию, необходимую для принятия ценовых решений; оценивать конъюнктуру рынка. Владеет: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; приемами оценки эффективности принятия ценовых решений.</p>	
	<p>Продвинутый (хорошо)</p>	<p>Знает: твердо знает: экономические основы поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли; методы ценообразования и специфику их применения; источники и методы получения ценовой информации. Умеет: уверенно умеет: выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса; собирать, информацию, необходимую для принятия ценовых решений; оценивать конъюнктуру рынка; представлять результаты проведенной работы в виде отчета, обзора или статьи. Владеет: уверенно владеет: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды</p>	<p>Тестирование, выполнение контрольной работы, устный опрос</p>

		на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; приемами оценки степени риска и эффективности принятия ценовых решений.	
	Высокий (отлично)	<p>Знает: сформировавшееся систематическое знание: экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли; методы ценообразования и специфику их применения; источники и методы получения ценовой информации; законодательные акты в области ценообразования; отраслевые особенности ценообразования.</p> <p>Умеет: сформировавшееся систематическое умение: выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса; собирать, обрабатывать, анализировать информацию, необходимую для принятия ценовых решений; оценивать конъюнктуру рынка; представлять результаты проведенной работы в виде отчета, обзора или статьи.</p> <p>Владет: сформировавшееся систематическое владение: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; приемами оценки степени риска и эффективности принятия ценовых решений.</p>	Тестирование, выполнение контрольной работы, устный опрос

2. Описание шкал оценивания

2.1 Шкала оценивания на этапе текущего контроля

Технология оценивания	Отсутствие усвоения (ниже порогового)*	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Выполнение тестов (правильных ответов из 25 вопросов)	14 и менее	15-18	19-22	23 и более
Выполнение контрольной работы	не выполнена или все задачи решены неправильно	решены не все задачи	решены все задачи, но имеются ошибки	все задачи решены без ошибок
Устный опрос	В ответах обнаруживаются существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, большая часть материала не усвоена	Ответы отражают в целом понимание изучаемой темы, знание содержания основных категорий и понятий, лишь знакомство с лекционным материалом и рекомендованной основной литературой	Недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, допускаются незначительные неточности в формулировке категорий и понятий	Самостоятельность анализа и суждений, свободное владение материалом, полные и аргументированные ответы на вопросы

* Студенты, показавшие уровень усвоения ниже порогового, не допускаются к промежуточной аттестации по дисциплине «Ценообразование».

2.2 Шкала оценивания на этапе промежуточной аттестации (зачет в виде итогового теста)

Технология оценивания	Отсутствие усвоения (ниже порогового)	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Выполнение тестов (правильных ответов из 20 вопросов)	11 и менее	12-14	15-17	18 и более

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

КОМПЛЕКТ ТЕСТОВ

для текущего контроля.

Тесты по дисциплине «Ценообразование» содержат основные вопросы по всем темам, включенным в рабочую программу дисциплины.

Каждому студенту при тестировании по дисциплине предоставляется 15 вопросов, на каждый из которых даны варианты ответов, только один из них является правильным. Студенту необходимо выбрать правильный ответ из предложенных ему вариантов ответов.

Для выполнения теста отводится 45 минут.

По данной дисциплине для сдачи тестирования необходимо получить правильных ответов не менее 60%, т.е. нужно правильно ответить не менее, чем на 15 вопросов.

Примерные тесты для контроля по разделу 1

Выберите правильные ответы

1. Если фирма увеличивает выпуск с 40 до 41 единицы продукции и совокупные издержки при этом возрастают с 262 до 281 ден. ед., то предельные издержки дополнительного выпуска составят:
 - а) 281 ден. ед.;
 - б) 19 ден. ед.;
 - в) 262 ден. ед.;
 - г) 29 ден. ед.
2. 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.
3. Если товары А и В — субституты, то уменьшение цены на товар А будет причиной того, что:
 - а) кривая спроса на товар А сдвинется вправо;
 - б) кривая спроса на товар В сдвинется вправо;
 - в) объем спроса на товар В возрастет;
 - г) не произойдет ничего из вышеперечисленного.
4. Затраты упущенных возможностей — это:
 - а) затраты, не зависящие от объема выпуска продукции;
 - б) сумма постоянных и переменных затрат;
 - в) денежная выручка от наиболее выгодного из всех возможных способов использования ресурсов;
 - г) затраты, определяемые как предельные.
5. Неявные затраты — это:
 - а) затраты, изменяющиеся при изменении объема производства;
 - б) стоимость ресурсов, принадлежащих собственнику (не покупаемых на рынке), включая нормальную прибыль как отдачу на предпринимательский талант;
 - в) бухгалтерские затраты;
 - г) затраты, не изменяющиеся при изменении объема производства.
6. Закон предложения утверждает:

- а) существует обратная зависимость между ценой товара и объемом предложения;
 - б) существует прямая зависимость между ценой товара и объемом предложения;
 - в) в соответствии с этим законом линия предложения всегда вертикальна;
 - г) эластичность спроса по цене всегда меньше, чем эластичность предложения по цене при данном уровне цен.
7. Общие затраты на производство продукции определяются как:
- а) $TC - FC$;
 - б) $AVC + ATC$;
 - в) $FC + VC$;
 - г) $MC + VC$.
8. Если на рынке существует избыточный спрос (дефицит) на товар, то причиной этого является то, что:
- а) цена на товар превышает равновесную цену;
 - б) цена на товар ниже равновесной цены;
 - в) товар является низкосортным;
 - г) объем предложения превышает объем спроса.
9. Обычно избыток предложения:
- а) оказывает повышающее давление на цену;
 - б) оказывает понижающее давление на цену;
 - в) не оказывает никакого воздействия на цену;
 - г) стимулирует покупателей приобретать товар.
10. Равновесная цена — это:
- а) цена выше той, которая создает избыточный спрос;
 - б) цена, при которой нет ни дефицита, ни избытка;
 - в) все перечисленное выше справедливо;
 - г) цена, установленная правительством.
11. Когда «потолки» цен устанавливаются ниже равновесной цены, возникает:
- а) дефицит;
 - б) избыток предложения;
 - в) изменение предложения;
 - г) изменение объема предложения.
12. Целью ценовой дискриминации является:
- а) снижение уровня благосостояния потребителей;
 - б) максимизация объема продаж;
 - в) уменьшение количества покупателей;
 - г) установление максимальной цены для каждого покупателя.
13. Для проведения эффективной ценовой дискриминации необходимо все нижеследующее, кроме:
- а) высокоэластичного рыночного спроса;
 - б) умения изолировать рынки с целью устранения возможности перепродажи товара;
 - в) различной ценовой эластичности для отдельных субрынков;
 - г) наличия определенной монопольной власти фирмы-производителя.
14. Коротким периодом называют период, в котором:
- а) все факторы производства рассматриваются как переменные;
 - б) все факторы производства рассматриваются как постоянные;
 - в) одни факторы рассматриваются как постоянные, а другие — как переменные;
 - г) краткость периода целиком зависит от характера технологии.
15. Цена предложения — это:
- а) максимальная цена, по которой производители согласны предложить на рынке данное количество товара;
 - б) минимальная цена, по которой производитель продает на рынке свои товары;
 - в) максимальная цена, по которой покупатели готовы купить у продавца данный товар;
 - г) минимальная цена, по которой продавцы согласны предложить на рынке данное количество товара.
16. По формам продаж цены подразделяются на:

- а) биржевые котировки;
 - б) цены ярмарок и выставок;
 - в) аукционные цены;
 - г) все из вышеперечисленных.
17. Цена реализации товара вне периода его активного использования:
- а) скользящая;
 - б) ступенчатая;
 - в) базисная;
 - г) сезонная.
18. В качестве мировых цен на продукцию производственно-технического назначения (приборостроение, станки, оборудование) принимаются:
- а) цены каталогов торговых фирм;
 - б) внутренние оптовые цены в странах с емким рынком;
 - в) биржевые котировки на крупнейших биржах;
 - г) цены основных фирм-производителей.
19. Целью фирмы может являться:
- а) максимизация прибыли;
 - б) максимизация оборота;
 - в) стабилизация цен, объемов, состояния на рынке;
 - г) все вышеперечисленное.
20. Стратегия средних цен может быть представлена в виде:
- а) стратегии проникновения на рынок;
 - б) стратегии нейтрального ценообразования;
 - в) стратегии следования за лидером;
 - г) правильно б) и в).
21. Стратегия высоких цен может быть представлена в виде:
- а) стратегии проникновения на рынок;
 - б) стратегии премиального ценообразования;
 - в) стратегии следования за лидером;
 - г) стратегии справедливого ценообразования.
22. На стадии роста продаж жизненного цикла изделия:
- а) затраты растут;
 - б) конкуренция отсутствует;
 - в) потребители не чувствительны к изменению цены;
 - г) возможно применение стратегии и высоких цен, и средних, и низких.
23. Что не соответствует стадии зрелости жизненного цикла изделия?
- а) затраты растут;
 - б) конкуренция ослабевает;
 - в) фирмы предпочитают не манипулировать ценами;
 - г) производится модифицирование товара.
24. Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется при:
- а) высокой эластичности спроса по цене;
 - б) низкой эластичности спроса по цене.
25. Стратегия «нейтрального ценообразования» (средних цен) означает:
- а) установление цен примерно на уровне цен фирм-конкурентов;
 - б) установление цен со средним по отрасли уровнем прибыли.

Ключ к тесту

	а	б	в	г
1		+		
2	+			
3	+			
4			+	
5		+		
6		+		
7			+	
8		+		
9		+		
10		+		

11	+			
12				+
13	+			
14	+			
15	+			
16				+
17				+
18				+
19				+
20				+
21		+		
22				+
23		+		
24	+			
25	+			

КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО РАЗДЕЛУ 2 для текущего контроля

После изучения соответствующего раздела по дисциплине студенты выполняют контрольную работу.

Студенту предлагаются варианты контрольных работ, включающие пять задач. Номер варианта контрольной работы определяется преподавателем. Тематика контрольных работ сформирована по принципу сочетания тем дисциплины. Написанию контрольной работы должно предшествовать изучение лекционного материала, решение задач на практических занятиях и в процессе самостоятельной работы. Для успешного выполнения контрольной работы необходимо ознакомиться с литературой, список которой дан в разделе 7 рабочей программы «Перечень основной и дополнительной литературы».

Для выполнения контрольной работы отводится 2 академических часа.

Примерные задания для контрольной работы

Задача 1. Предприятие производит и реализует три вида продукции А, Б и В (исходные данные в таблицах 1 и 2). Для составления экономического раздела плана необходимо распределить накладные расходы, определить себестоимость единицы продукции, наценку на себестоимость и отпускную цену.

Таблица 1 - Исходные данные для решения задачи 1

Показатели	Варианты 1, 2, 3, 7, 8, 9				Варианты 4, 5, 6, 10, 11			
	А	Б	В	Всего	А	Б	В	Всего
1. Объём производства, тыс. штук	7	5	2	14	10	3	12	25
2. Заработная плата производственных рабочих, тыс. руб.	2.31	2.0	1.1	5.41	3.2	1.8	5.4	10.4
3. Материальные затраты, тыс. руб.	10.5	8.0	4.0	22.5	14.0	6.6	20.4	41.0

Таблица 2 - Исходные данные для решения задачи 1

Показатели	В а р и а н т ы										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Накладные расходы, тыс. руб.	9,3	5,6	7,3	17,0	12,8	10,3	8,8	6,0	8,2	11,5	15,0
Наценка (единая для всех трех видов товаров), проц.	15	25	18	20	23	29	24	17	30	16	26

Задача 2. Предприятие производит и реализует три вида продукции А, Б и В. Первоначально к реализации они предлагались по отпускным ценам, рассчитанным в задаче 1 по третьему способу. Один из видов продукции (см. исходные данные, табл. 3) оказался

неконкурентоспособен, так как рыночные цены ниже отпускных цен нашего предприятия. Предприятие вынуждено реализовать данный товар по рыночной цене ниже себестоимости. Необходимо проанализировать данные, определить применяемую стратегию, дать рекомендации, подтвержденные расчетами, для принятия сбалансированного управленческого решения о возможности сохранения в ассортименте компании убыточного товара.

Таблица 3 - Исходные данные для решения задачи 2

Показатели	В а р и а н т ы										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Вид товара	А	А	А	В	Б	В	А	А	А	В	В
Рыночная цена, руб.	1,90	1,85	2,05	2,70	3,40	2,15	2,15	1,70	2,10	2,08	2,20

Задача 3. Предприятие производит и реализует три вида продукции А, Б и В. Первоначально к реализации они предлагались по отпускным ценам, рассчитанным в задаче 3 по третьему способу. Однако рыночные цены оказались отличными от первоначально рассчитанных, при этом на два вида товара цены ниже отпускных (см. исходные данные в таблице 4). Необходимо провести калькуляционное выравнивание и определить выровненную цену на оставшийся товар.

Таблица 4 - Исходные данные для решения задачи 3

Показатели	В а р и а н т ы										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Вид товара	А	А	Б	А	А	А	А	А	А	А	Б
Рыночная цена, руб.	2,57	2,49	4,48	2,63	2,52	2,30	2,38	2,32	2,50	1,95	3,00
Вид товара	Б	Б	В	В	В	Б	В	Б	Б	В	В
Рыночная цена, руб.	2,79	2,28	3,49	2,90	2,93	4,00	3,85	2,46	2,85	2,83	2,48

Задача 4. Осуществить сбор данных о ценах реализации в динамике за три года на один из продуктов на выбор (зерно, картофель, овощи, молоко, мясо), провести анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач в области установления цены реализации выбранного продукта на перспективу с учетом рыночных и специфических рисков реализации выбранного продукта. Оценить воздействие макроэкономической среды на производство и реализацию выбранного продукта.

Задача 5. При заключении договора на реализацию товара в договор было внесено положение о том, что цена договора является скользящей. Какие позиции должны быть согласованы в договоре дополнительно в данном случае?

Примерные вопросы для текущего контроля по разделу 3

1. Цены и тарифы на жилищно-коммунальные услуги.
2. Транспортный тариф как особый вид цены.
3. Особенности формирования торговых наценок.
4. Особенности ценообразования на рынке бытовых услуг.
5. Особенности ценообразования в общественном питании.
6. Обоснование цены внешнеторгового контракта. ИНКОТЕРМС.
7. Сбор, анализ и обработка данных о сезонном движении цен.
8. Товарные и закупочные интервенции.
9. Государственное регулирование в области формирования цен на продукцию сельского хозяйства.
10. Оценка воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления.
11. Рыночные и специфические риски в сфере услуг.
12. Рыночные и специфические риски во внешней торговле.
13. Рыночные и специфические риски в агропромышленном комплексе.
14. Анализ поведения потребителей в сфере услуг.
15. Формирование спроса на сельскохозяйственную продукцию.
16. Особенности формирования конкурентной среды в сфере услуг.

КОМПЛЕКТ ТЕСТОВ
по дисциплине «Ценообразование»
для промежуточной аттестации.

Зачет проводится в виде итогового теста. Для выполнения теста отводится 45 минут.

Для прохождения промежуточной аттестации необходимо получить правильных ответов не менее 60%, т.е. нужно правильно ответить не менее, чем на 9 вопросов.

Примерные задания итогового теста

- 1) Если на рынке существует избыточный спрос (дефицит) на товар, то причиной этого является то, что:
 - а) цена на товар превышает равновесную цену;
 - б) цена на товар ниже равновесной цены;
 - в) товар является низкого качества;
 - г) объем предложения превышает объем спроса.
2. Обычно избыток предложения:
 - а) оказывает повышающее давление на цену;
 - б) оказывает понижающее давление на цену;
 - в) не оказывает никакого воздействия на цену;
 - г) стимулирует покупателей приобретать товар.
3. Равновесная цена – это:
 - а) цена выше той, которая создает избыточный спрос;
 - б) цена, при которой нет ни дефицита, ни избытка;
 - в) все перечисленное выше справедливо;
 - г) цена, установленная правительством.
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, имеет много продавцов и один покупатель;
 - г) в отрасли один производитель и несколько покупателей, товар однороден.
5. По характеру обслуживаемого оборота выделяют:
 - а) регулируемые цены;
 - б) закупочные цены;
 - в) биржевые котировки;
 - г) скользящие цены.
6. По формам продаж цены подразделяются на:
 - а) биржевые котировки;
 - б) цены ярмарок и выставок;
 - в) аукционные цены;
 - г) все из вышеперечисленных.
7. В качестве мировых цен на продукцию производственно-технического назначения (приборостроение, станки, оборудование) принимаются:
 - а) цены каталогов торговых фирм;

- б) внутренние оптовые цены в странах с емким рынком;
- в) биржевые котировки на крупнейших биржах;
- г) цены основных фирм-производителей.

8. Целью фирмы может являться:

- а) максимизация прибыли;
- б) максимизация оборота;
- в) стабилизация цен, объемов, состояния на рынке;
- г) все вышеперечисленное.

9. Стратегия средних цен может быть представлена в виде:

- а) стратегии проникновения на рынок;
- б) стратегии нейтрального ценообразования;
- в) стратегии следования за лидером;
- г) правильно б) и в).

10. Стратегия высоких цен может быть представлена в виде:

- а) стратегии проникновения на рынок;
- б) стратегии премиального ценообразования;
- в) стратегии следования за лидером;
- г) стратегии справедливого ценообразования.

11. Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется при:

- а) высокой эластичности спроса по цене;
- б) низкой эластичности спроса по цене.

12. Стратегия «нейтрального ценообразования» (средних цен) означает:

- а) установление цен примерно на уровне цен фирм-конкурентов;
- б) установление цен со средним по отрасли уровнем прибыли.

13. Когда «потолки» цен устанавливаются ниже равновесной цены, возникает:

- а) дефицит;
- б) избыток предложения;
- в) изменение предложения;
- г) изменение объема предложения.

14. Целью ценовой дискриминации является:

- а) снижение уровня благосостояния потребителей;
- б) максимизация объема продаж;
- в) уменьшение количества покупателей;
- г) установление максимальной цены для каждого покупателя.

15. Закон предложения утверждает:

- а) существует обратная зависимость между ценой товара и объемом предложения;
- б) существует прямая зависимость между ценой товара и объемом предложения;
- в) в соответствии с этим законом линия предложения всегда вертикальна;
- г) эластичность спроса по цене всегда меньше, чем эластичность предложения по цене при данном уровне цен.

16. Сбор данных с целью формирования ценовой стратегии может осуществляться с помощью методов:

- а) личных опросов
- б) полевых исследований
- в) почтовых опросов
- г) телефонных опросов

17. Анализ поведения потребителей показал, что потребителя характеризует привязанность к конкретной товарной марке, следовательно, при совершении покупки...

- а) цена не имеет решающего значения
- б) цена играет определяющую роль
- в) ценовые скидки определяют выбор покупателя
- г) цена сервисного обслуживания будет решающей

18. Предприятие абсолютно уверено в репутации своих изделий. Ему лучше использовать стратегию...

- а) снятия сливок
- б) цена лидера
- в) цена внедрения товара
- г) престижная цена

19. Расчет цены для экономического раздела бизнес-плана подразумевает использование метода ценообразования...

- а) обеспечения безубыточности
- б) полных издержек
- в) прейскурантных цен
- г) ценовой дискриминации

20. Стратегия ценообразования, когда фирма заведомо завышает цену, поддерживая качество и особенность товара, является стратегией...

- а) следования за лидером
- б) ценовой дискриминации
- в) конкуренции престижных цен
- г) вмененной потребительской оценки

Ключ к тесту

	а	б	в	г
1		+		
2		+		
3		+		
4	+			
5		+		
6				+
7				+
8				+
9				+
10		+		
11	+			
12	+			
13	+			
14				+
15		+		
16		+		
17	+			
18		+		
19		+		
20			+	