



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**  
**ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА**

Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки	<u>Торговое дело</u>
Профиль	<u>Маркетинг и рыночная аналитика</u>
Квалификация (степень)	<u>Бакалавр</u>
Блок, в рамках которого происходит освоение модуля (дисциплины)	<u>Б1</u>
Шифр дисциплины (модуля)	<u>Б1.В.12</u>
Форма обучения	<u>очно-заочная</u>
Курс, семестр	<u>4 курс, 7 семестр</u>
Форма промежуточной аттестации	<u>экзамен</u>
Год	<u>2024</u>

Рабочая программа по дисциплине «Ценообразование и ценовая политика» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) «Маркетинг и рыночная аналитика», составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 963, профессионального стандарта 08.035 «Маркетолог», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 г. № 366н, профессионального стандарта 08.037 «Бизнес-аналитик», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 25 сентября 2018 г. № 592н.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры  
Протокол №03/24 от 22.03.2024

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Целью** изучения дисциплины является формирование у студентов системы знаний об общих основах ценовой политики и ценовой стратегии, роли цены в современной рыночной экономике, изучение методологии и методики рыночного ценообразования, методологических особенностей ценообразования в России, изучение состава и структуры цен, особенностей формирования и регулирования цен в отдельных отраслях народного хозяйства.

В ходе изучения дисциплины реализуются следующие **задачи**:

- формирование у студентов понимания необходимости использования знаний о сущности, составе и структуре цены – одной из важнейших экономических категорий, о системе цен, их видах;

- вооружение студентов знаниями методических вопросов формирования цен на основных товарных рынках, государственной политики в области ценообразования и значения их при решении задач в профессиональной деятельности;

- ознакомление студентов с особенностями ценовой политики и стратегии фирм на внутреннем и внешнем рынке.

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Ценообразование и ценовая политика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины» основной профессиональной образовательной программы – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) «Маркетинг и рыночная аналитика».

Код компетенции	Предшествующие дисциплины, практики	Изучаемые в текущем семестре дисциплины, практики	Последующие дисциплины, практики
ПК-3	-	<b>Ценообразование и ценовая политика</b>	Финансовый маркетинг Производственная практика, технологическая практика Производственная практика, преддипломная практика

## 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ПК-3 Способен разрабатывать и совершенствовать политику ценообразования в организации	ПК-3.1. Способен анализировать и применять инструменты маркетингового ценообразования	Знать: инструменты маркетингового ценообразования Уметь: анализировать и применять инструменты маркетингового ценообразования Владеть: способностью анализировать и применять инструменты маркетингового ценообразования
	ПК-3.2. Способен разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги)	Знать: методы разработки политики конкурентных цен на товары (услуги) Уметь: разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги) Владеть: способностью разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги)
	ПК-3.3. Способен совершенствовать политику ценообразования в организации	Знать: способы и направления совершенствования политики ценообразования в организации Уметь: совершенствовать политику ценообразования в организации Владеть: способностью совершенствовать политику ценообразования в организации

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

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

##### *Очно-заочная форма обучения*

Вид учебной деятельности	ак. часов	
	Всего	По семестрам
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	29	29
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	28	28
• занятия лекционного типа	14	14
• занятия семинарского типа:	14	14
практические занятия	14	14
лабораторные занятия	-	-
в том числе занятия в форме практической подготовки	4	4
Консультации	0,5	0,5

Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий	0,5	0,5
2. Самостоятельная работа студентов, всего	79	79
– курсовая работа (проект)	-	-
– изучение материала и подготовка к опросу	40	40
– контрольное тестирование, решение задач	39	39
3. Промежуточная аттестация: <i>экзамен</i>	36	36
ИТОГО:		
Общая трудоемкость	ак. часов	144
	зач. ед.	4

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

### **5.1. Содержание дисциплины**

#### **Раздел 1. Теоретические основы ценообразования**

##### **Тема 1. Роль цены и методология ценообразования.**

Теоретические аспекты установления цены и ее роль в рыночной экономике. Роль ценообразования. Закон стоимости. Общественно-необходимые затраты труда. Стоимость. Рыночная цена. Государственное регулирование цен. Динамика цен и ее факторы. Экономическая сущность цены.

Функции цен. Учетно-измерительная функция. Регулирующая функция. Распределительная функция. Способствующая рациональному размещению производства. Стимулирующая функция. Социальная функция.

Методология и принципы ценообразования. Методология ценообразования. Методы ценообразования. Принципы ценообразования. Принцип научности обоснования цен. Принцип целевой направленности цен. Принцип непрерывности процесса ценообразования. Принцип единства процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен.

##### **Тема 2. Формирование цен в рыночных условиях и ценообразующие факторы.**

Определение рыночной (равновесной) цены. Закон спроса и предложения. Цена спроса. Цена предложения. Равновесная (рыночная) цена.

Зависимость эластичности спроса от цены и дохода. Эластичность. Коэффициент эластичности. Ценовая эластичность. Эластичность спроса от дохода.

Факторы рыночного ценообразования. Условия рыночного ценообразования. Факторы рыночного ценообразования. Макроэкономические факторы ценообразования. Факторы, формирующие конкретные рыночные цены. Контролируемые и неконтролируемые факторы. Внешние и внутренние факторы. Факторы ценообразования в сельском хозяйстве.

Взаимосвязь установления цены с исследованиями маркетинга. Основные цели, виды и понятия маркетинга. Взаимосвязь цены и основных элементов маркетинга.

### **Тема 3. Система и виды цен**

Система цен и взаимозависимость их при формировании. Система цен. Механизмы формирования цен: маркетинговый, нормативный, комбинированного (смешанного) типа.

Классификация цен. В зависимости от степени влияния органов управления. По стадиям движения товара от производителя к потребителю. По способу установления и фиксации в контракте. По способу отражения фактора времени. В зависимости от новизны товара. Инвойсные цены.

Методы расчета средней цены и индексная оценка динамики цен. Уровень цен. Средние цены. Общие индексы цен. Агрегатная, среднеарифметическая, гармоническая формы индексов цен. Формула Лайспейреса. Формула Пааше. Индекс потребительских цен в РФ.

### **Тема 4. Особенности ценообразования на различных типах рынков.**

Определение типа рынка. Рынок. Структура рынка. Классификация рынков. Ценообразование на рынке свободной конкуренции, на рынке монополистической конкуренции, на рынке олигополистической конкуренции, на рынке чистой монополии. Рынок аграрной продукции.

Конкурентная реактивность рынка и индексы рыночной концентрации товаров. Вероятность реакции на изменение спроса каждого отдельно предприятия. Показатель пороговых долей рынка. Индекс концентрации. Индекс Линда. Индекс Херфиндаля-Хиршмана.

Расчет индексов фондового рынка. Понятие фондовых индексов. Индекс курсов ценных бумаг. Котировка. Индекс Доу-Джонса. Индекс Стандарт Энд Пуэрз. Общий индекс Нью-Йоркской фондовой биржи. Индекс Британской фондовой биржи. Индекс IFT. Индекс «Голубых фишек». Индекс NIKKEI. Индекс журнала Деловые люди. Российский фондовый индекс. Индекс Интерфакса.

### **Раздел 2. Методы ценообразования.**

#### **Тема 5. Методы затратного ценообразования**

Сущность затратного ценообразования, достоинства, недостатки. Характеристика альтернативных подходов к ценообразованию. Противоречия затратного, маркетингового методов.

Калькулирование себестоимости. Способы распределения постоянных издержек. Методы калькулирования по сокращенным издержкам и формирование портфеля заказов. Нижняя граница цены. Определение цены методом целевой прибыли. Механизм торговой скидки и торговой надбавки.

#### **Тема 6. Методы рыночного ценообразования**

Сущность рыночного ценообразования. Понятие экономической ценности товара. Условия и предпосылки применения маркетинговых методов ценообразования. Последовательность этапов определения экономической ценности товара.

Эволюция методов параметрического ценообразования. Удельное ценообразование. Параметрическое ценообразование при одновременном изменении нескольких характеристик товара. Использование различных шкал при оценке значимости и степени изменения параметров товара.

Экспертные методы ценообразования. Формирование экспертной группы. Метод ранговой корреляции. Оценка согласованности мнений экспертов. Расчет коэффициента конкордации.

### **Тема 7. Финансовый анализ решений в ценообразовании.**

Анализ безубыточности решений при изменении постоянных и переменных затрат.

Учет влияния изменения цен на финансовые результаты деятельности фирмы. Анализ безубыточности решений при изменении цен и затрат.

Анализ безубыточности решений по изменению цен при продаже взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров.

### **Раздел 3. Ценовая политика.**

#### **Тема 8. Методы ценовой политики государства и предприятия.**

Ценовая политика государства. Понятие ценовой политики. Цели и направления государственного регулирования цен. Административное и экономическое регулирование цен. Контроль за соблюдением государственной дисциплины цен. Объективная необходимость государственного регулирования цен в сельском хозяйстве. Возможности и направления государственного регулирования цен в АПК.

Ценовая политика предприятия. Факторы политики ценообразования предприятия. Цели ценовой политики предприятия. Методы ценообразования на предприятии.

Механизм установления окончательной цены. Изучение рынка и выбор типа рынка. Определение целей ценовой политики. Оценка спроса на товар. Анализ издержек. Анализ цен и качества товаров конкурентов. Выбор метода ценообразования. Учет государственной ценовой политики. Установление окончательной цены и проведение корректировки цен.

#### **Тема 9. Стратегия ценообразования**

Особенности ценовой стратегии предприятия. Понятие ценовой стратегии. Этапы стратегии ценообразования. Разработка стратегии ценообразования. Основа ценовой стратегии. Пересмотр ценовой стратегии. Наиболее распространенные ценовые стратегии. Классификация стратегий ценообразования. Запрещенные стратегии ценообразования.

Информационная база для принятия решений по стратегии ценообразования. Информация о рынке и товаре. Информация о конкуренции на рынке и государственной политике. Информация о производстве и затратах, выручке от реализации, прибыли.

Взаимосвязь цен с экономическими категориями. Взаимосвязь цен с финансово-кредитной системой. Взаимосвязь цен и налогов. Денежное обращение, инфляция и изменение цен.

## 5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

### *Очно- заочная форма обучения*

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в ак. часах)			Индикаторы достижения компетенций
		занятия лекционного типа	занятия семинарского типа / из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	
<b>Раздел 1. Теоретические основы ценообразования</b>					
1	Тема 1. Роль цены и методология ценообразования	2	2/1	9	ПК-3.1.
2	Тема 2. Формирование	2	2	9	ПК-3.2.
3	Тема 3. Система и виды цен	1	1	9	ПК-3.1.
4	Тема 4. Особенности ценообразования на различных типах рынков.	1	1	9	ПК-3.2.
<b>Раздел 2. Методы ценообразования.</b>					
5	Тема 5. Методы затратного ценообразования	2	2	9	ПК-3.1.
6	Тема 6. Методы рыночного ценообразования	2	2	9	ПК-3.1
7	Тема 7. Финансовый анализ решений в ценообразовании.	2	2/1	9	ПК-3.1.
<b>Раздел 3. Ценовая политика.</b>					
8	Тема 8. Методы ценовой политики государства и предприятия.	1	1/1	9	ПК-3.3.
9	Тема 9. Стратегия ценообразования	1	1/1	7	ПК-3.3.
	<b>Итого</b>	14	14/4	79	

## 6. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены.

## 7. Практические занятия



№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	
			Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения
<b>Раздел 1. Теоретические основы ценообразования</b>				
1	Тема 1. Роль цены и методология ценообразования	Знание места, роли и значения цены в рыночной экономике. Функции цены. Методологии принципов ценообразования. Опрос, тестирование, решение задач	4	2
2	Тема 2. Формирование цен в рыночных условиях и ценообразующие факторы.	Определение рыночной равновесной цены. Зависимость эластичности спроса от цены и дохода. Факторы рыночного ценообразования. Опрос, тестирование, решение задач	2	2
3	Тема 3. Система и виды цен	Определить взаимосвязь и взаимозависимость цен при формировании. Методы расчета средних цен и индексная оценка динамики цен. Опрос, тестирование, решение задач	2	1
4	Тема 4. Особенности ценообразования на различных типах рынков.	Определение типа рынка. Конкурентная реактивность рынка и показатели рыночной концентрации товаров. Расчет индексов фондового рынка. Опрос, тестирование, решение задач	2	1
<b>Раздел 2. Методы ценообразования</b>				
5	Тема 5. Методы затратного ценообразования	Определение цены методом затратного ценообразования. Тестирование, решение задач	2	2
6	Тема 6. Методы рыночного ценообразования	Установление цены методом рыночного ценообразования. Тестирование, решение задач	2	2
7	Тема 7. Финансовый анализ решений в ценообразовании.	Учет влияния изменения цен на финансовые результаты деятельности предприятия. Расчет и экономическая интерпретация модели безубыточности и запаса финансовой прочности. Опрос, тестирование, решение задач	4	2
<b>Раздел 3. Ценовая политика</b>				
8	Тема 8. Методы ценовой политики государства и предприятия.	Установление ценовой политики предприятия. Механизм установления окончательной цены Опрос, тестирование, решение задач	4	1
9	Тема 9. Стратегия ценообразования	Определить особенности ценовой стратегии предприятий. Взаимовлияние цен и налогов Тестирование, решение задач	4	1

Итого		26	14
-------	--	----	----

## 8. Тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены.

## 9. Самостоятельная работа студента

Самостоятельная работа студента при изучении дисциплины «Ценообразование и ценовая политика» направлена на:

освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы;

изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.);

работу с компьютерными обучающими программами;

выполнение тестов;

решение задач;

подготовка к опросу;

самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках;

подготовку к экзамену.

Опрос предполагает постановку перед студентами ряда вопросов и устные ответы на них.

Критерии оценки опроса:

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он дал правильные ответы на 60% вопросов, заданных преподавателем по каждой теме.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он дал правильные ответы менее, чем на 60% вопросов, заданных преподавателем по каждой теме.

Цель решения задач – приобретение умений и навыков практической деятельности по дисциплине. Задачи, предлагаемые студенту, должны быть решены с пояснениями расчетов, указанием единиц измерения показателей, оформлением при необходимости таблиц. Завершается решение задачи выводами.

Критерии оценки задач:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если задача решена в полном объеме, оформление решения правильное, допускаются погрешности несущественного характера.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если задачи в основном выполнены, оформление решения правильное. Допускаются незаконченное решение задачи творческого характера или наличие одной ошибки в ходе решения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту при выполнении задач репродуктивного и реконструктивного уровня с незначительными ошибками, допускается наличие погрешностей в оформлении решений.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, выполнившему только задачу репродуктивного характера или не выполнившему задания.

Тестирование – это система формализованных заданий, по результатам выполнения которых можно измерить уровень знаний, умений и навыков обучающегося.

Критерии оценки:

85% – 100% правильных ответов – «отлично»;

75% – 84% правильных ответов – «хорошо»;

50% – 74% правильных ответов – «удовлетворительно»;

менее 50 % правильных ответов – «неудовлетворительно».

## **Раздел 1. Теоретические основы ценообразования**

### **Тема 1. Роль цены и методология ценообразования**

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Роль цены и методология ценообразования».

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: понятие цены, функции цены, равновесная цена, эластичность спроса и предложения.

#### **ЗАДАНИЕ**

*Подготовиться к опросу по следующим вопросам:*

Экономические основы эффективного управления ценообразованием

Основные подходы к управлению ценообразованием на фирме

Экономическое содержание стоимости и цены

Цена с точки зрения трудовой теории стоимости

Цена с точки зрения теории предельной полезности

Вклад А. Маршалла в теорию ценообразования

Основные функции цен

Классификация и система цен

Специфика ценообразования в плановой экономике СССР

Особенности работы фирмы в условиях рынка

Экономические основы эффективного управления ценообразованием

Основные подходы к управлению ценообразованием на фирме

Экономическое содержание стоимости и цены

Цена с точки зрения трудовой теории стоимости

Цена с точки зрения теории предельной полезности

Вклад А. Маршалла в теорию ценообразования

Основные функции цен

Классификация и система цен

Специфика ценообразования в плановой экономике СССР

Особенности работы фирмы в условиях рынка

Ценообразование в условиях товарно-денежных отношений

Понятие и факторы рыночного спроса

Понятие и факторы рыночного предложения

Взаимодействие спроса и предложения. Равновесная цена

Ценообразующие факторы

Кардиналистский подход к анализу спроса и полезности

Ординалистский подход к анализу полезности и спроса  
Понятие и факторы эластичности спроса по цене  
Коэффициенты эластичности спроса по цене  
Понятие и факторы эластичности спроса по доходу  
Понятие и факторы эластичности предложения  
Цены и инфляция  
Ценообразование и товародвижение  
Состав и структура цены

### ***Примерные тестовые задания***

1. Суть стоимостной теории цены:

- а) цена товара — это сумма денег, за которую продавец согласен продать, а покупатель купить товар определенной полезности;
- б) цена является денежным выражением стоимости, т. е. совокупности общественно необходимых затрат живого и овеществленного труда, израсходованного на производство данного товара;
- в) цена — это денежное выражение ценности товара в процессе обмена.

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.

### ***Примерные задачи***

1. Определите: розничную цену изделия; структуру розничной цены изделия, если: себестоимость изделия — 100 руб.; уровень рентабельности — 25 % к себестоимости; акциз — 10 % на единицу изделия; НДС — 18 % от оптовой цены предприятия; снабженческо-сбытовая надбавка посреднической организации — 25 % от покупной цены; торговая надбавка — 20 % от продажной цены посреднической организации.

2. Определите: розничную цену изделия; структуру розничной цены изделия, если: себестоимость изделия — 50 руб.; уровень рентабельности — 25 % к себестоимости; НДС — 18 % от оптовой цены предприятия; снабженческо-сбытовая надбавка посреднической организации — 35 % от покупной цены; торговая надбавка — 10 % от продажной цены посреднической организации.

## **Тема 2. Формирование цен в рыночных условиях и ценообразующие факторы.**

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Формирование цен в рыночных условиях и ценообразующие факторы».

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: определение рыночной равновесной цены, зависимость эластичности спроса от цены и дохода, факторы рыночного ценообразования.

## **ЗАДАНИЯ**

### ***Примерные вопросы для опроса:***

Виды цен.

Изменение цен после заключения договора.

Цены в отдельных видах договоров.

Цены недвижимости.

Цены в договорах подряда

### ***Примерные тестовые задания***

1. Рост цен обусловлен следующим фактором:

а) превышением спроса над предложением;

б) превышением предложения над спросом.

2. Какое из следующих утверждений в наибольшей степени соответствует рыночной экономике?

а) Цены определяются государством;

б) цены определяются соотношением спроса и предложения.

3. Определенный на основе ценовой эластичности спрос образует:

а) верхнюю границу цены, которую предприятие может запросить за свой товар;

б) нижнюю границу цены, которую предприятие может запросить за свой товар.

### ***Примерные задачи***

1. Определите отпускную цену завода-изготовителя; цену «франко-железнодорожный вагон»; цену ФАС, ФОБ, КАФ (СФР), СИФ.

Исходные данные приведены на единицу изделия: себестоимость изделия — 300 тыс. руб.; уровень рентабельности — 25 %

к себестоимости; перевозка к железнодорожной станции —

2 тыс. руб.; стоимость погрузки в вагон — 1 тыс. руб.; стоимость перевозки до порта — 2 тыс. руб.; стоимость погрузочно-разгрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна —

1 тыс. руб.; стоимость доставки на борт судна и складирование на судне — 1 тыс. руб.; морской фрахт до порта назначения — 300 долл. США (в задаче принят 1 долл. = 30 руб.);

страхование — 5 %.

2. Определите отпускную цену завода-изготовителя; цену «франко-железнодорожный вагон»; цену ФОБ, СИФ, ДДУ.

Исходные данные приведены на единицу изделия: себестоимость изделия — 400 тыс. руб.; уровень рентабельности — 25 %  
к себестоимости; перевозка к железнодорожной станции —  
2 тыс. руб.; стоимость погрузки в вагон — 0,1 тыс. руб.; стоимость перевозки до порта — 2 тыс. руб.; стоимость погрузочно-разгрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна —  
1,2 тыс. руб.; стоимость доставки на борт судна и складирование на судне — 1,2 тыс. руб.; морской фрахт до порта назначения — 700 долл. США (в задаче принят 1 долл. = 30 руб.); страхование — 3 %; стоимость погрузочно-разгрузочных работ в стране-импортере — 150 долл.; доставка на склад покупателя — 380 дол

### **Тема 3. Система и виды цен**

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Система и виды цен».

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: взаимосвязь и взаимозависимость цен при формировании, методы расчета средних цен и индексная оценка динамики цен.

#### **ЗАДАНИЯ**

##### ***Примерные вопросы для опроса***

1. Что такое система цен и какова зависимость между ценами при их формировании?
2. Охарактеризуйте основные виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения.
3. Перечислите элементы оптовой (отпускной) цены предприятия, оптовой цены промышленности, закупочной и розничной цены и дайте определение состава и структуры цены.
4. Охарактеризуйте цену потребления, покажите, ее отличие от продажной (рыночной) цены.
5. Назовите виды цен в зависимости от:
  - а) территории их действия;
  - б) порядка возмещения потребителем транспортных расходов.
6. Назовите виды цен по степени их свободы от воздействия государства и дайте им характеристику.
7. Дайте характеристику экспортных и импортных цен. Опишите классификацию инвойсных цен согласно перечню «Инкотермс»

##### ***Примерные тестовые задания***

1. Тесная взаимосвязь цен обусловлена:
  - а) формированием цены на единой методологической основе;
  - б) формированием цены в каждой из отраслей экономики как с учетом общих подходов определения стоимости затрат, произведенных организациями, так и специфических особенностей

расчета себестоимости продукции в той или иной отрасли;  
в) все организации, хозяйственная деятельность которых обслуживается ценами, взаимосвязаны и образуют единый хозяйственный комплекс.

2. В соответствии с обслуживаемой сферой товарного обращения цены подразделяются:

- а) на оптовые (на продукцию промышленности);
- б) розничные;
- в) цены на строительную продукцию;
- г) закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию;
- д) тарифы грузового и пассажирского транспорта;
- е) тарифы на коммунальные и бытовые услуги;
- ж) цены, обслуживающие внешнеторговый оборот

### ***Примерные задачи***

1. Определите среднегодовую цену товара, если: средняя цена за первое полугодие — 14 тыс. руб. за единицу; средняя цена за второе полугодие — 16 тыс. руб. за единицу; товарооборот в первом полугодии — 50 млн руб.; товарооборот во втором полугодии — 62 млн руб.

2. Определите среднюю цену огурцов за июнь, если цена свежих огурцов на колхозном рынке изменилась следующим образом:

1.06 — 15 руб., 10.06 — 13 руб., 14.06 — 12 руб., 25.06 — 10 руб.

### **Тема 4. Особенности ценообразования на различных типах рынков.**

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Особенности ценообразования на различных типах рынков».

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: типы рынков, конкурентная реактивность рынка и показатели рыночной концентрации товаров, расчет индексов фондового рынка.

#### **ЗАДАНИЕ**

***Подготовиться к опросу по следующим вопросам:***

1. Совершенная и несовершенная конкуренция – степень влияния на рыночную цену
2. Государственное регулирование цен естественной монополии
3. Антимонопольная политика государства
4. Индексы концентрации рынка

### ***Примерные тестовые задания:***

1. Основными функциями Федеральной антимонопольной службы являются:

а) разработка и осуществление мер по проведению единой политики цен на территории РФ;

б) обеспечение государственного регулирования и регистрация цен на продукцию оборонного назначения, поставляемую по государственному оборонному заказу, а также организационно-методическое руководство и систематический контроль за установлением и применением этих цен;

в) предоставление федеральным органам исполнительной власти информации о расчетных мировых ценах на важнейшие товары (работы, услуги) российского экспорта и импорта;

г) осуществление надзора и контроля за соблюдением законодательства о естественных монополиях;

д) установление номенклатуры товаров, в отношении которых применяется государственное регулирование цен;

е) осуществление надзора и контроля за соблюдением законодательства о конкуренции на товарных рынках и рынке финансовых услуг

2. Если индекс Херфиндаля — Хиршмана равен 900, то данный рынок:

а) высококонцентрированный;

б) неконцентрированный;

в) умеренно концентрированный;

г) чистая монополия.

### ***Задача:***

На рынке товара «В» сложилась следующая ситуация:

данный товар производят 35 фирм, причем 4 фирмы имеют самую большую долю в общем объеме производства таким образом, что 1-я занимает 18 %; 2-я — 15; 3-я — 10; 4-я — 5 %. Рассчитайте индекс концентрации для 3-х крупнейших фирм.

Как следует поступить государству (разрешить или не разрешить слияние), если 1-я и 2-я фирмы захотят объединиться, при условии, что «порог» установлен на уровне 35 %?

## **Раздел 2. Методы ценообразования**

### **Тема 5. Методы затратного ценообразования**

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Методы затратного ценообразования».

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: явные и неявные затраты, затраты упущенных возможностей, экономические и бухгалтерские затраты, постоянные и переменные затраты, средние и предельные затраты.

## **ЗАДАНИЯ**

### ***Примерные тестовые задания***



1. Общие затраты на производство продукции определяются как:
  - а)  $TC - FC$ ;
  - б)  $AVC + ATC$ ;
  - в)  $FC + VC$ ;
  - г)  $MC + VC$ .
2. Ценообразование затратным методом может основываться на:
  - а) сумме постоянных и переменных затрат;
  - б) предельных затратах;
  - в) общих затратах;
  - г) верны все предыдущие ответы.
3. Для целей ценообразования калькулирования себестоимости используется метод:
  - а) полных издержек;
  - б) предельных издержек;
  - в) нормативных затрат;
  - г) все вышеперечисленное.

### ***Примерные задачи***

1. Рассчитайте для предприятия критическую точку объема производства изделий (точку безубыточности), а также определите объем производства и продаж изделий для получения планируемой прибыли в размере 15 000 ден. ед., если:
  - 1) цена продажи одного изделия — 60 ден. ед.;
  - 2) удельные переменные затраты (расходы) на единицу изделия — 40 ден. ед.;
  - 3) постоянные затраты — 3 000 ден. ед.
2. Постоянные издержки за год — 50 тыс. руб.; цена реализации единицы продукции — 20 руб.; переменные издержки на единицу продукции — 10 руб.; текущий объем реализации — 8 тыс. ед.; приемлемый диапазон объемов производства — 4—12 тыс. ед.  
Определите:
  - а) прибыль предприятия в результате сокращения переменных издержек на 10 % и постоянных издержек на 8 тыс. руб. при условии, что текущий объем реализации можно сохранить прежним;
  - б) цену реализации для получения прибыли в размере 35 тыс. руб. от реализации 8 тыс. ед. продукции;
  - в) дополнительный объем продаж, необходимый для компенсации постоянных издержек в размере 12 тыс. руб., возникающих с расширением производства.

### **Тема 6. Методы рыночного ценообразования**

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного

конспекта на тему: «Методы рыночного ценообразования».

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: ценовая политика как элемент комплекса маркетинга, этапы процесса ценообразования, ценовые стратегии: понятие, виды и условия их применения.

## **ЗАДАНИЯ**

### ***Примерные тестовые задания***

1. Ценовая политика — это:

- а) установление организацией цен на товары и способов их варьирования в зависимости от ситуации на рынке с целью овладения определенной рыночной долей, обеспечения намеченного объема прибыли, подавления деятельности конкурентов и выполнения других стратегических задач;
- б) обоснованный выбор из нескольких возможных вариантов цены (или перечня цен) такого, который способствовал бы наиболее эффективному решению стоящих перед организацией задач в текущем и долгосрочном периодах;
- в) установление цен разных уровней на одинаковый товар (работу, услугу) в зависимости от определенных условий (уровня затрат, рентабельности, территории и т. п.).

2. Целью ценообразования на уровне предприятия является:

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

3. Причины применения цен с ориентацией на сбыт:

- а) заинтересованность организации в насыщении рынка или росте сбыта как важном шаге на пути к контролю над рынками и стабильными доходами;
- б) заинтересованность организации в максимизации прибыли в краткосрочном периоде;
- в) стремление организации максимизировать объем сбыта и готовность пойти на снижение дохода с единицы изделия для получения большей совокупной прибыли;
- г) стремление организации избежать неблагоприятных правительственных действий, минимизировать результат действий конкурентов, поддерживать хорошие отношения с участниками каналов сбыта;
- д) предположение, что больший объем реализации позволит снизить размер относительных издержек

### ***Задачи:***

1. Определите, выгодно ли производителю снизить цену на 100 руб., если текущая цена товара — 2 600 руб., планируемый объем продаж — 1 млн шт., показатель эластичности спроса по цене — 1,6. Известно, что конкуренты вслед за фирмой также

снизят свои цены.

2. На момент заключения договора цена единицы продукции составляла 180 руб.; 60 % в цене составляла стоимость материальных ресурсов, используемых в производстве, 20 % — заработная плата и 20 % — прочие элементы цены. По истечении квартала стоимость материальных ресурсов, потребляемых в производстве, увеличилась на 10 %, средняя заработная плата на предприятии возросла на 12 %. Определите скользящую цену единицы продукции на момент поставки.

## **Тема 7. Финансовый анализ решений в ценообразовании.**

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Финансовый анализ решений в ценообразовании».

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: определение цен с ориентацией на затраты, определение цен с ориентацией на полезность товара, определение цен с ориентацией на спрос, определение цен с ориентацией на конкуренцию.

### **ЗАДАНИЯ**

#### ***Примерные вопросы для опроса***

1. Дайте определение методам ценообразования. Назовите четыре группы методов ценообразования и факторы, оказывающие влияние на их выбор.
2. Охарактеризуйте методы ценообразования из группы «Определение цен с ориентацией на затраты».
3. Дайте сравнительную характеристику методов ценообразования из группы «Определение цен с ориентацией на затраты».
4. Расскажите о методах ценообразования из группы «Определение цен с ориентацией на полезность товара».
5. Сравните методы ценообразования из группы «Определение цен с ориентацией на полезность товара».
6. Дайте общую характеристику методов ценообразования из группы «Определение цен с ориентацией на спрос».
7. Сравните методы ценообразования из группы «Определение цен с ориентацией на спрос».
8. Охарактеризуйте методы ценообразования из группы «Определение цен с ориентацией на конкуренцию».
9. Назовите отличительные черты методов ценообразования из группы «Определение цен с ориентацией на конкуренцию».

#### ***Примерные тестовые задания***

1. Если величина коэффициента ценовой эластичности спроса выражена неравенством  $ED < 1$ , то это спрос:

- а) неэластичный;
- б) единичной эластичности;
- в) эластичный.

2. К стратегиям повышения цен относятся:

- а) изменение психологии работников службы сбыта предприятия;
- б) демонстрация ценности товара;
- в) барьеры, удерживающие покупателей;
- г) инновации, направленные на предоставление потребителям

наивысшего качества.

3. 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.

### ***Задача***

Рассчитайте цену методом рентабельности активов. Организация «СИТА» имеет минимальную желаемую норму рентабельности активов 15 %, общая стоимость активов 1 250 000 ден.

ед., ожидаемый объем производства в единицах 180 000, затраты на единицу 65 ден. Ед.

## **Раздел 3. Ценовая политика**

### **Тема 8. Методы ценовой политики государства и предприятия.**

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Методы ценовой политики государства и предприятия».

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: инструменты государственного регулирования ценообразования в условиях рынка, монопольный рынок, антимонопольная политика.

### **ЗАДАНИЯ**

#### ***Примерные вопросы для опроса***

1. Для чего необходимо государственное регулирование экономики и цен в условиях рынка?
2. Каковы цели и содержание государственного регулирования цен?
3. Назовите и охарактеризуйте прямые методы регулирования цен.
4. Назовите и охарактеризуйте косвенные методы регулирования цен.
5. Правильно ли утверждение о том, что государственное регулирование

цен — это одна из форм узаконенного вмешательства в рыночные отношения? Обоснуйте ответ.

6. Укажите объективные причины и рассмотрите основы государственного регулирования цен на монопольном рынке.

7. Дайте характеристику государственного регулирования ценообразования естественных монополий.

8. Перечислите основные направления деятельности государственных органов власти и управления, необходимые для сдерживания роста цен (тарифов) на товары и услуги первой необходимости в условиях кризиса экономики.

9. Назовите органы государственного регулирования цен и рассмотрите их основные функции в области ценообразования.

10. Дайте характеристику механизма применения санкций за нарушение государственной дисциплины цен.

### ***Примерные тестовые задания***

1. Введение импортного тарифа:

а) увеличивает только импортные цены;

б) увеличивает цены только отечественных товаропроизводителей;

в) увеличивает цены и отечественных, и зарубежных производителей;

г) не увеличивает цены, а только изменяет объем импорта.

2. Какие методы регулирования цен характерны для экономики Российской Федерации:

а) прямые;

б) косвенные;

в) смешанные.

### ***Задачи***

1. Олигопольный рынок отечественной алюминиевой промышленности поделен следующим образом: доля Красноярского алюминиевого завода составляет 21%, Братского АЗ – 18, Саянского АЗ – 16, Иркутского АЗ – 14 %, Рассчитайте индекс концентрации для трех фирм в алюминиевой промышленности, а также индекс Линда по приведенным четырем фирмам и сделайте выводы по полученным результатам.

2. Анализ рынка справочно-правовых систем г. Санкт-Петербурга показывает, что на нем действует 10 заметных фирм. Из них Консультант + занимает по доле продаж 45% рынка, Гарант – 30, Кодекс – 10, Юристоконсульт – 4, Юсис – 4, Дело и право – 2, Эталон – 2, ИНЭК, АРБТ и Легион – по 1 %. На основании представленных данных рассчитайте:

- а) индекс концентрации для трех крупнейших фирм;
  - б) индекс Линда для трех крупнейших фирм;
  - в) индекс Херфиндала–Хиршмана.
- Сделайте выводы

## **Тема 9. Стратегия ценообразования**

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Стратегия ценообразования».

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: ценовая стратегия, маркетинговая политика, чувствительность покупателей к уровням цен, жизненный цикл товара.

### **ЗАДАНИЯ**

#### ***Примерные вопросы к опросу***

Основы формирования ценовой стратегии

Взаимосвязь ценообразования с другими элементами маркетинговой политики фирмы

Принципы и методы исследования чувствительности покупателей к уровням цен

Ценообразование и жизненный цикл товара

Особенности ценовой стратегии предприятия

#### ***Примерные тестовые задания***

1. Целью фирмы может являться:

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

2. 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).

3. 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.

4. 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.

5. Что не соответствует стадии зрелости жизненного цикла изделия?

- а) затраты растут;
- б) конкуренции ослабевает;
- в) фирмы предпочитают не манипулировать ценами;
- г) производится модифицирование товара.

### **Задачи**

1. Винный магазин с текущим сбытом баночного пива в 400 единиц в неделю хочет определить, сколько единиц необходимо продавать для поддержания текущей выручки, если цены на все сорта пива будут снижены на 55. начальный уровень цен принять за 100%.

2. Магазин с товарооборотом в 2000 ден. ед. в неделю и рентабельностью продаж 20 % рассматривает возможность 10-процентного снижения цены. До какой суммы надо увеличить объем продаж для поддержания текущего уровня валовой прибыли?

## **10. Оценивание результатов обучения и уровня сформированности компетенций**

Оценивание результатов обучения по дисциплине и уровня сформированности компетенций (части компетенции) осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации в соответствии с Фондом оценочных средств.

*ПК-3 Способен разрабатывать и совершенствовать политику ценообразования в организации*

Вопросы для проведения опроса:

1. Экономические основы эффективного управления ценообразованием
2. Основные подходы к управлению ценообразованием на фирме
3. Экономическое содержание стоимости и цены
4. Цена с точки зрения трудовой теории стоимости
5. Цена с точки зрения теории предельной полезности
6. Вклад А. Маршалла в теорию ценообразования
7. Основные функции цен
8. Классификация и система цен
9. Специфика ценообразования в плановой экономике СССР
10. Особенности работы фирмы в условиях рынка
11. Экономические основы эффективного управления ценообразованием
12. Основные подходы к управлению ценообразованием на фирме
13. Экономическое содержание стоимости и цены
14. Цена с точки зрения трудовой теории стоимости
15. Цена с точки зрения теории предельной полезности
16. Вклад А. Маршалла в теорию ценообразования

17. Основные функции цен
18. Классификация и система цен
19. Специфика ценообразования в плановой экономике СССР
20. Особенности работы фирмы в условиях рынка
21. Ценообразование в условиях товарно-денежных отношений
22. Понятие и факторы рыночного спроса
23. Понятие и факторы рыночного предложения
24. Взаимодействие спроса и предложения. Равновесная цена
25. Ценообразующие факторы
26. Кардиналистский подход к анализу спроса и полезности
27. Ординалистский подход к анализу полезности и спроса
28. Понятие и факторы эластичности спроса по цене
29. Коэффициенты эластичности спроса по цене
30. Понятие и факторы эластичности спроса по доходу
31. Понятие и факторы эластичности предложения
32. Цены и инфляция
33. Ценообразование и товародвижение
34. Состав и структура цены
35. Виды цен.
36. Изменение цен после заключения договора.
37. Цены в отдельных видах договоров.
38. Цены недвижимости.
39. Цены в договорах подряда
40. Что такое система цен и какова зависимость между ценами при их формировании?
41. Охарактеризуйте основные виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения.
42. Перечислите элементы оптовой (отпускной) цены предприятия, оптовой цены промышленности, закупочной и розничной цены и дайте определение состава и структуры цены.
43. Охарактеризуйте цену потребления, покажите, ее отличие от продажной (рыночной) цены.
44. Назовите виды цен в зависимости от:
  - а) территории их действия;
  - б) порядка возмещения потребителем транспортных расходов.
45. Назовите виды цен по степени их свободы от воздействия государства и дайте им характеристику.
46. Дайте характеристику экспортных и импортных цен. Опишите классификацию инвойсных цен согласно перечню «Инкотермс»
47. Совершенная и несовершенная конкуренция – степень влияния на рыночную цену
48. Государственное регулирование цен естественной монополии
49. Антимонопольная политика государства
50. Индексы концентрации рынка
51. Дайте определение методам ценообразования. Назовите четыре группы



методов ценообразования и факторы, оказывающие влияние на их выбор.

52. Охарактеризуйте методы ценообразования из группы «Определение цен с ориентацией на затраты».

53. Дайте сравнительную характеристику методов ценообразования из группы «Определение цен с ориентацией на затраты».

54. Расскажите о методах ценообразования из группы «Определение цен с ориентацией на полезность товара».

55. Сравните методы ценообразования из группы «Определение цен с ориентацией на полезность товара».

56. Дайте общую характеристику методов ценообразования из группы «Определение цен с ориентацией на спрос».

57. Сравните методы ценообразования из группы «Определение цен с ориентацией на спрос».

58. Охарактеризуйте методы ценообразования из группы «Определение цен с ориентацией на конкуренцию».

59. Назовите отличительные черты методов ценообразования из группы «Определение цен с ориентацией на конкуренцию».

60. Для чего необходимо государственное регулирование экономики и цен в условиях рынка?

61. Каковы цели и содержание государственного регулирования цен?

62. Назовите и охарактеризуйте прямые методы регулирования цен.

63. Назовите и охарактеризуйте косвенные методы регулирования цен.

64. Правильно ли утверждение о том, что государственное регулирование цен — это одна из форм узаконенного вмешательства в рыночные отношения? Обоснуйте ответ.

65. Укажите объективные причины и рассмотрите основы государственного регулирования цен на монопольном рынке.

66. Дайте характеристику государственного регулирования ценообразования естественных монополий.

67. Перечислите основные направления деятельности государственных органов власти и управления, необходимые для сдерживания роста цен (тарифов) на товары и услуги первой необходимости в условиях кризиса экономики.

68. Назовите органы государственного регулирования цен и рассмотрите их основные функции в области ценообразования.

69. Дайте характеристику механизма применения санкций за нарушение государственной дисциплины цен.

70. Основы формирования ценовой стратегии

71. Взаимосвязь ценообразования с другими элементами маркетинговой политики фирмы

72. Принципы и методы исследования чувствительности покупателей к уровням цен

73. Ценообразование и жизненный цикл товара

74. Особенности ценовой стратегии предприятия

Критерии оценки опроса:

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он дал правильные ответы на 60% вопросов, заданных преподавателем по каждой теме.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он дал правильные ответы менее, чем на 60% вопросов, заданных преподавателем по каждой теме.

Примеры практических заданий:

Тема 1.

1. Определите: розничную цену изделия; структуру розничной цены изделия, если: себестоимость изделия — 100 руб.; уровень рентабельности — 25 % к себестоимости; акциз — 10 % на единицу изделия; НДС — 18 % от оптовой цены предприятия; снабженческо-сбытовая надбавка посреднической организации — 25 % от

покупной цены; торговая надбавка — 20 % от продажной цены посреднической организации.

2. Определите: розничную цену изделия; структуру розничной цены изделия, если: себестоимость изделия — 50 руб.; уровень рентабельности — 25 % к себестоимости; НДС — 18 % от оптовой цены предприятия; снабженческо-сбытовая надбавка посреднической организации — 35 % от покупной цены; торговая надбавка — 10 % от продажной цены посреднической организации.

Тема 2.

1. Определите отпускную цену завода-изготовителя; цену «франко-железнодорожный вагон»; цену ФАС, ФОБ, КАФ (СФР), СИФ.

Исходные данные приведены на единицу изделия: себестоимость изделия — 300 тыс. руб.; уровень рентабельности — 25 %

к себестоимости; перевозка к железнодорожной станции — 2 тыс. руб.; стоимость погрузки в вагон — 1 тыс. руб.; стоимость перевозки до порта — 2 тыс. руб.; стоимость погрузочно-разгрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна — 1 тыс. руб.; стоимость доставки на борт судна и складирование на судне — 1 тыс. руб.; морской фрахт до порта назначения — 300 долл. США (в задаче принят 1 долл. = 30 руб.); страхование — 5 %.

2. Определите отпускную цену завода-изготовителя; цену «франко-железнодорожный вагон»; цену ФОБ, СИФ, ДДУ.

Исходные данные приведены на единицу изделия: себестоимость изделия — 400 тыс. руб.; уровень рентабельности — 25 % к себестоимости; перевозка к железнодорожной станции — 2 тыс. руб.; стоимость погрузки в вагон — 0,1 тыс. руб.; стоимость перевозки до порта — 2 тыс. руб.; стоимость погрузочно-разгрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна — 1,2 тыс. руб.; стоимость доставки на борт судна и складирование на судне — 1,2 тыс. руб.; морской фрахт до порта назначения — 700 долл. США (в задаче принят 1 долл. = 30 руб.); страхование — 3 %; стоимость погрузочно-разгрузочных работ в стране-импортере — 150 долл.; доставка на склад покупателя — 380 дол

### Тема 3.

1. Определите среднегодовую цену товара, если: средняя цена за первое полугодие — 14 тыс. руб. за единицу; средняя цена за второе полугодие — 16 тыс. руб. за единицу; товарооборот в первом полугодии — 50 млн руб.; товарооборот во втором полугодии — 62 млн руб.

2. Определите среднюю цену огурцов за июнь, если цена свежих огурцов на колхозном рынке изменилась следующим образом:

1.06 — 15 руб., 10.06 — 13 руб., 14.06 — 12 руб., 25.06 — 10 руб.

### Тема 4.

На рынке товара «В» сложилась следующая ситуация:

данный товар производят 35 фирм, причем 4 фирмы имеют самую большую долю в общем объеме производства таким образом, что 1-я занимает 18 %; 2-я — 15; 3-я — 10; 4-я — 5 %. Рассчитайте индекс концентрации для 3-х крупнейших фирм.

Как следует поступить государству (разрешить или не разрешить слияние), если 1-я и 2-я фирмы захотят объединиться, при условии, что «порог» установлен на уровне 35 %?

### Тема 5.

1. Рассчитайте для предприятия критическую точку объема производства изделий (точку безубыточности), а также определите объем производства и продаж изделий для получения планируемой прибыли в размере 15 000 ден. ед., если:

1) цена продажи одного изделия — 60 ден. ед.;

2) удельные переменные затраты (расходы) на единицу изделия — 40 ден. ед.;

3) постоянные затраты — 3 000 ден. ед.

2. Постоянные издержки за год — 50 тыс. руб.; цена реализации единицы продукции — 20 руб.; переменные издержки на единицу продукции — 10 руб.; текущий объем реализации — 8 тыс. ед.; приемлемый диапазон объемов производства — 4—12 тыс. ед.

Определите:

а) прибыль предприятия в результате сокращения переменных издержек на 10 % и постоянных издержек на 8 тыс. руб. при условии, что текущий объем реализации можно сохранить прежним;

б) цену реализации для получения прибыли в размере 35 тыс. руб. от реализации 8 тыс. ед. продукции;

в) дополнительный объем продаж, необходимый для компенсации постоянных издержек в размере 12 тыс. руб., возникающих с расширением производства.

### Тема 6.

1. Определите, выгодно ли производителю снизить цену на 100 руб., если текущая цена товара — 2 600 руб., планируемый объем продаж — 1 млн шт., показатель эластичности спроса по цене — 1,6. Известно, что конкуренты вслед за фирмой также снизят свои цены.

2. На момент заключения договора цена единицы продукции составляла

180 руб.; 60 % в цене составляла стоимость материальных ресурсов, используемых в производстве, 20 % — заработная плата и 20 % — прочие элементы цены. По истечении квартала стоимость материальных ресурсов, потребляемых в производстве, увеличилась на 10 %, средняя заработная плата на предприятии возросла на 12 %.

Определите скользящую цену единицы продукции на момент поставки.

Тема 7.

Рассчитайте цену методом рентабельности активов. Организация «СИТА» имеет минимальную желаемую норму рентабельности активов 15 %, общая стоимость активов 1 250 000 ден. ед., ожидаемый объем производства в единицах 180 000, затраты на единицу 65 ден. Ед.

Тема 8.

1. Олигопольный рынок отечественной алюминиевой промышленности поделен следующим образом: доля Красноярского алюминиевого завода составляет 21%, Братского АЗ – 18, Саянского АЗ – 16, Иркутского АЗ – 14 %, Рассчитайте индекс концентрации для трех фирм в алюминиевой промышленности, а также индекс Линда по приведенным четырем фирмам и сделайте выводы по полученным результатам.

2. Анализ рынка справочно–правовых систем г. Санкт–Петербурга показывает, что на нем действует 10 заметных фирм. Из них Консультант + занимает по доле продаж 45% рынка, Гарант – 30, Кодекс – 10, Юристконсульт – 4, Юсис – 4, Дело и право – 2, Эталон – 2, ИНЭК, АРБТ и Легион – по 1 %. На основании представленных данных рассчитайте:

- а) индекс концентрации для трех крупнейших фирм;
- б) индекс Линда для трех крупнейших фирм;
- в) индекс Херфиндаля–Хиршмана.

Сделайте выводы

Тема 9.

1. Винный магазин с текущим сбытом баночного пива в 400 единиц в неделю хочет определить, сколько единиц необходимо продавать для поддержания текущей выручки, если цены на все сорта пива будут снижены на 55. начальный уровень цен принять за 100%.

2. Магазин с товарооборотом в 2000 ден. ед. в неделю и рентабельностью продаж 20 % рассматривает возможность 10–процентного снижения цены. До какой суммы надо увеличить объем продаж для поддержания текущего уровня валовой прибыли?

Критерии оценки задач:

- Оценка «отлично» выставляется студенту, если задача решена в полном объеме, оформление решения правильное, допускаются погрешности несущественного характера.

- Оценка «хорошо» выставляется студенту, если задачи в основном выполнены, оформление решения правильное. Допускаются незаконченное решение задачи творческого характера или наличие одной ошибки в ходе решения.

- Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту при выполнении задач репродуктивного и реконструктивного уровня с незначительными ошибками, допускается наличие погрешностей в оформлении решений.

- Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, выполнившему только задачу репродуктивного характера или не выполнившему задания.

Примеры тестовых заданий:

1. Суть стоимостной теории цены:

а) цена товара — это сумма денег, за которую продавец согласен продать, а покупатель купить товар определенной полезности;

б) цена является денежным выражением стоимости, т. е. совокупности общественно необходимых затрат живого и овеществленного труда, израсходованного на производство данного товара;

в) цена — это денежное выражение ценности товара в процессе обмена.

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. Рост цен обусловлен следующим фактором:

а) превышением спроса над предложением;

б) превышением предложения над спросом.

4. Какое из следующих утверждений в наибольшей степени соответствует рыночной экономике?

а) Цены определяются государством;

б) цены определяются соотношением спроса и предложения.

5. Определенный на основе ценовой эластичности спрос образует:

а) верхнюю границу цены, которую предприятие может запросить за свой товар;

б) нижнюю границу цены, которую предприятие может запросить за свой товар.

6. Тесная взаимосвязь цен обусловлена:

а) формированием цены на единой методологической основе;

б) формированием цены в каждой из отраслей экономики как с учетом общих подходов определения стоимости затрат, про изведенных организациями, так и специфических особенностей расчета себестоимости продукции в той или иной отрасли;

в) все организации, хозяйственная деятельность которых обслуживается ценами, взаимосвязаны и образуют единый хозяйственный комплекс.

7. В соответствии с обслуживаемой сферой товарного обращения цены подразделяются:

а) на оптовые (на продукцию промышленности);

б) розничные;

в) цены на строительную продукцию;

г) закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию;

- д) тарифы грузового и пассажирского транспорта;
- е) тарифы на коммунальные и бытовые услуги;
- ж) цены, обслуживающие внешнеторговый оборот

8. Основными функциями Федеральной антимонопольной службы являются:

а) разработка и осуществление мер по проведению единой политики цен на территории РФ;

б) обеспечение государственного регулирования и регистрация цен на продукцию оборонного назначения, поставляемую по государственному оборонному заказу, а также организационно-методическое руководство и систематический контроль за установлением и применением этих цен;

в) предоставление федеральным органам исполнительной власти информации о расчетных мировых ценах на важнейшие товары (работы, услуги) российского экспорта и импорта;

г) осуществление надзора и контроля за соблюдением законодательства о естественных монополиях;

д) установление номенклатуры товаров, в отношении которых применяется государственное регулирование цен;

е) осуществление надзора и контроля за соблюдением законодательства о конкуренции на товарных рынках и рынке финансовых услуг

9. Если индекс Херфиндаля — Хиршмана равен 900, то данный рынок:

- а) высококонцентрированный;
- б) неконцентрированный;
- в) умеренно концентрированный;
- г) чистая монополия.

10. Общие затраты на производство продукции определяются как:

- а)  $TC - FC$ ;
- б)  $AVC + ATC$ ;
- в)  $FC + VC$ ;
- г)  $MC + VC$ .

11. Ценообразование затратным методом может основываться на:

- а) сумме постоянных и переменных затрат;
- б) предельных затратах;
- в) общих затратах;
- г) верны все предыдущие ответы.

12. Для целей ценообразования калькулирования себестоимости используется метод:

- а) полных издержек;
- б) предельных издержек;
- в) нормативных затрат;
- г) все вышеперечисленное.

13. Ценовая политика — это:

а) установление организацией цен на товары и способов их варьирования в зависимости от ситуации на рынке с целью овладения определенной рыночной долей, обеспечения намеченного объема прибыли, подавления

деятельности конкурентов и выполнения других стратегических задач;

б) обоснованный выбор из нескольких возможных вариантов цены (или перечня цен) такого, который способствовал бы наиболее эффективному решению стоящих перед организацией задач в текущем и долгосрочном периодах;

в) установление цен разных уровней на одинаковый товар (работу, услугу) в зависимости от определенных условий (уровня затрат, рентабельности, территории и т. п.).

14. Целью ценообразования на уровне предприятия является:

а) максимизация прибыли;

б) максимизация оборотов;

в) стабилизация цен, объемов, состояния на рынке;

г) все вышеперечисленное.

15. Причины применения цен с ориентацией на сбыт:

а) заинтересованность организации в насыщении рынка или росте сбыта как важном шаге на пути к контролю над рынками и стабильными доходами;

б) заинтересованность организации в максимизации прибыли в краткосрочном периоде;

в) стремление организации максимизировать объем сбыта и готовность пойти на снижение дохода с единицы изделия для получения большей совокупной прибыли;

г) стремление организации избежать неблагоприятных правительственных действий, минимизировать результат действий конкурентов, поддерживать хорошие отношения с участниками каналов сбыта;

д) предположение, что больший объем реализации позволит снизить размер относительных издержек

16. Если величина коэффициента ценовой эластичности спроса выражена неравенством  $ED < 1$ , то это спрос:

а) неэластичный;

б) единичной эластичности;

в) эластичный.

17. К стратегиям повышения цен относятся:

а) изменение психологии работников службы сбыта предприятия;

б) демонстрация ценности товара;

в) барьеры, удерживающие покупателей;

г) инновации, направленные на предоставление потребителям наивысшего качества.

18. 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.

19. Введение импортного тарифа:

- а) увеличивает только импортные цены;
- б) увеличивает цены только отечественных товаропроизводителей;
- в) увеличивает цены и отечественных, и зарубежных производителей;
- г) не увеличивает цены, а только изменяет объем импорта.

20. Какие методы регулирования цен характерны для экономики Российской Федерации:

- а) прямые;
- б) косвенные;
- в) смешанные.

21. Целью фирмы может являться:

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

22. 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).

23. 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.

24. 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.

25. Что не соответствует стадии зрелости жизненного цикла изделия?

- а) затраты растут;
- б) конкуренции ослабевает;
- в) фирмы предпочитают не манипулировать ценами;
- г) производится модифицирование товара.

Критерии оценки:

85% – 100% правильных ответов – «отлично»;

75% – 84% правильных ответов – «хорошо»;

50% – 74% правильных ответов – «удовлетворительно»;

менее 50 % правильных ответов – «неудовлетворительно».

Вопросы к экзамену:

1. Экономическая сущность цены: затратный, полезностный и балансирующий подходы.
2. Функции цен.



3. Задачи цен.
4. Основные участники процесса ценообразования.
5. Основные принципы ценообразования.
6. Алгоритм (технология) формирования цен.
7. Система методов ценообразования.
8. Затратные методы ценообразования: сущность, виды.
9. Параметрические методы ценообразования: сущность, виды.
10. Методы стимулирования сбыта продукции: сущность, виды.
11. Состав цены: элементы и их взаимосвязь.
12. Себестоимость продукции: понятие, перечень статей калькуляции.
13. Классификация затрат, включаемых в себестоимость продукции.
14. Прибыль компании: понятие, относительные показатели прибыльности в ценообразовании.
15. Косвенные налоги в цене.
16. Посреднические надбавки в составе цены.
17. Классификация цен в зависимости от особенностей и масштабов обслуживания.
18. Классификация цен по сферам обслуживания национальной экономики.
19. Виды цен по степени (жесткости) государственного регулирования цен.
20. Виды цен в зависимости от стадий ценообразования.
21. Виды цен в зависимости от базисных условий поставки товаров.
22. Ценовая политика компании: понятие и типы.
23. Ценовые стратегии компании: классификация.
24. Алгоритм формирования ценовой стратегии компании.
25. Государственное регулирование цен: цели, задачи, инструмент.
26. E-commerce. Типология электронной торговли

#### Шкала и критерии оценивания:

- оценка «отлично» - проставляется обучающемуся, если ответы на вопросы билета даны верно и полностью; необходимые компетенции и практические навыки работы с освоенным материалом сформированы;

- оценка «хорошо» - проставляется обучающемуся, если ответы на вопросы билета даны полностью, но обоснования недостаточны; но пробелы не носят существенного характера, необходимые компетенции и практические навыки работы с освоенным материалом сформированы;

- оценка «удовлетворительно» - проставляется обучающемуся, если в ответах допущены ошибки, теоретическое содержание курса освоено частично, пробелы носят существенный характер, необходимые компетенции и практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно;

- оценка «неудовлетворительно» - проставляется обучающемуся, если в ответах допущены существенные ошибки, показавшие, что обучающийся не освоил теоретическое содержание курса, пробелы носят существенного

характер, необходимые компетенции и практические навыки работы не сформированы.

## 11. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

а) нормативно-правовые акты:

1. Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 года:  
<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&ts=48579258608765494271412582&cacheid=22F3D368D536BF54C9C9299EA8235265&mode=splus&base=LAW&n=2875&rnd=E63B3B7731E224AA454118825CD8D6DF#019007116554424264>;

2. Гражданский Кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 года N 51-ФЗ:

<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=287003&fld=134&dst=101984,0&rnd=0.8666337110460978#07956073626428406>;

3. Налоговый Кодекс Российской Федерации:  
<http://vladieltor.ru/nalkodeks>;

4. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации о налогах и сборах» от 03.08.2018 № 303-ФЗ:  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_304084/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304084/)

5. "О естественных монополиях" от 17.08.1995 N 147-ФЗ:  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_7578/1606466bcd6bf42f15f92b2c89667dfbafb53f36/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7578/1606466bcd6bf42f15f92b2c89667dfbafb53f36/);

6. "Об основах регулирования тарифов организаций коммунального комплекса" от 30.12.2004 N 210-ФЗ:  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_51037/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51037/);

7. ФЗ от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ "О защите конкуренции" (с изменениями и дополнениями):  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61763/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/);

8. ФЗ от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ «О рекламе»:  
<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&ts=485792586035778336296181035&cacheid=CA4626A28AEE249628F004C23F3731D9&mode=splus&base=LAW&n=286894&rnd=E63B3B7731E224AA454118825CD8D6DF#014663273231407215>;

9. Закон РСФСР от 22 марта 1991 года N 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»:  
<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&ts=485792586024339137240473696&cacheid=58307DDEBBB5005607F98F7E06BDE711&mode=splus&base=LAW&n=61977&rnd=E63B3B7731E224AA454118825CD8D6DF#09393949232202097>.

б) основная литература:

1. Болдырева Н.П. Ценообразование. Учебное пособие / Н.П. Болдырева. - Москва : Флинта, 2018. - 166 с. - ISBN 978-5-9765-3936-5. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/358794/reading>. - Текст: электронный.

2. Есипов В. Е. Цены и ценообразование: Учебник для вузов. 5-е изд. — (Серия «Учебник для вузов») / В.Е. Есипов. - Санкт-Петербург : Питер, 2020. - 480 с. - ISBN 978-5-91180-400-8. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/373835/reading>. - Текст: электронный.

в) дополнительная литература:

1. Шуляк П. Н. Ценообразование: Учебно-практическое пособие. — 13-е изд., перераб. и доп. / П.Н. Шуляк. - Москва : Дашков и К, 2018. - 196 с. - ISBN 978-5-394-01387-4. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/24759/reading>. - Текст: электронный.

Электронные библиотечные системы (ЭБС) и электронные образовательные ресурсы

Электронно-библиотечная система Айбукс.ру: <http://ibooks.ru>.

## **12. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины**

Перечень лицензионного программного обеспечения

1. MS Office 2019 (Microsoft)
  2. MS Windows 7 (Microsoft)
- в том числе перечень лицензионного программного обеспечения отечественного производства:
1. Kaspersky Endpoint Security (Kaspersky Lab)

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

1. Adobe Acrobat Reader
  2. Open Office (<http://ru.openoffice.org/>)
- в том числе перечень свободно распространяемого программного обеспечения отечественного производства:
1. Яндекс.Браузер
  2. Антивирус Kaspersky Free
  3. 7-Zip (свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных) (отечественное ПО).

Профессиональные базы данных:

- официальный сайт Федеральной налоговой службы [Федеральная налоговая служба \(nalog.gov.ru\)](http://nalog.gov.ru)
- Официальный сайт Федеральной таможенной службы. [Электрон. ресурс]: Статистическая информация. Режим доступа: URL:

<http://www.customs.ru>.

- Программы для анализа цен <https://a2is.ru/catalog/programmy-dlya-optimizatsii-tsen-na-tovary-i-uslugi?ysclid=l4nnqgjun9813179179>

- Сметно-нормативные базы <https://avis-media.com/informatsiya/stati/stroitelstvo-i-smetnoe-delo/sostavlenie-smet/smetno-normativnye-bazy/>

Информационные справочные системы:

Открытая электронная библиотека «КиберЛенинка»: <https://cyberleninka.ru/>

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

### 13. Материально–техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Тип помещения	Состав оборудования и технических средств обучения
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, и практических занятий с применением компьютерных технологий, текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций	Аудитория 44. <b>Оборудование:</b> Учебная мебель: рабочее место преподавателя, учебные места для обучающихся, доска. <b>Технические средства обучения:</b> Переносное мультимедийное оборудование: Ноутбук, с выходом в сеть Интернет и с доступом в электронно-информационную среду института, проектор, экран демонстрационный.
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, лабораторных работ, текущего контроля и промежуточной аттестации и индивидуальных консультаций	Аудитория 24. <b>Оборудование:</b> Учебная мебель, рабочее место преподавателя, учебные места для обучающихся, доска. <b>Технические средства обучения:</b> Переносное мультимедийное оборудование: Ноутбук, с выходом в сеть Интернет и с доступом в электронно-информационную среду института, проектор, экран

		демонстрационный.
3	Аудитория для самостоятельной работы студентов и выполнения курсовых работ	<p>Аудитория 27.</p> <p><b>Оборудование:</b> Учебная мебель, рабочее место преподавателя, учебные места для обучающихся, доска, кондиционер.</p> <p><b>Технические средства обучения:</b> Переносное мультимедийное оборудование: Ноутбук, с выходом в сеть Интернет и с доступом в электронно-информационную среду института, проектор, экран демонстрационный.</p>