

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
экономической теории

_____ Е.О. Вострикова

_____ Е.О. Вострикова

«03» апреля 2025 г.

«03» апреля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.02.06 ЦЕНОВЫЕ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

Составитель

**Муравьев С.Р., доцент, канд. экон. наук, доцент
кафедры экономической теории**

Направление подготовки /
специальность

38.03.01 ЭКОНОМИКА

Направленность (профиль) /
специализация ОПОП

Экономика и управление

Квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения

очная

Год приёма

2022

Курс

4 (по очной форме)

Семестр(ы)

7 (по очной форме)

Астрахань – 2025 г.

1.1. Целями освоения дисциплины Б1.В.02.06 «Ценовые стратегии компании» являются формирование у студентов систематизированных теоретических и практических знаний в области ценовых стратегий фирмы с учетом специфики ее деятельности и структуры рынка, а также необходимых компетенций для профессиональной деятельности в сфере разработки и принятия обоснованных стратегических и тактических ценовых решений.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- формирование у студентов представлений об основополагающих категориях, о моделях и практике стратегического ценообразования, о содержании основных нормативно-правовых актов, касающиеся государственного регулирования цен;
- выработка у студентов умений анализировать и использовать релевантные источники информации для учета факторов ценообразования, оказывающих влияние на принятие эффективных управленческих решений; самостоятельно разрабатывать стратегические и тактические мероприятия в области ценообразования на основе критериев улучшения показателей хозяйственной деятельности коммерческих организаций;
- выработка у студентов навыков сбора и обработки информации, необходимой для принятия стратегических ценовых решений, навыков расчета отпускной цены на основе выбора метода, адекватного рыночным условиям и поставленным стратегическим и тактическим целям;
- реализация компетентностного подхода с помощью формирования у студентов способности использовать знания, умения и опыт деятельности, полученные в области разработки ценовой стратегии, в процессе анализа и использования источников информации для проведения экономических расчетов, а также в ходе разработки и выбора на основе критериев социально-экономической эффективности вариантов управленческих решений.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина Б1.В.02.06 «Ценовые стратегии компании» является учебной дисциплиной, относящейся к части ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений, по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» с профилем «Экономика и управление» и осваивается студентами очной формы обучения на 4 курсе в 7 семестре.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения, навыки, формируемые предшествующими учебными дисциплинами:

- Б1.Б.09.06 «Бухгалтерский учет, анализ, аудит»;
- Б1.Б.09.08 «Маркетинг»;
- Б1.Б.09.10 «Экономика организаций (предприятий)»;
- Б1.Б.10.02 «Теория отраслевых рынков»;
- Б1.В.02.05 «Налоги и налогообложение».

Знания: основ бухгалтерского учета и отчетности, целей, направлений и содержания деятельности коммерческой организации (предприятия), содержания и источники информации для принятия управленческих решений в сфере прогнозирования и планирования деятельности предприятия, методов анализа информации; принципов стратегического взаимодействия фирм в теории и на практике; концепции и инструменты маркетинга, содержания ценовых и неценовых стратегий, теоретических моделей поведения и ценообразования фирм в условиях несовершенной конкуренции; понятие и

виды ценовой дискриминация. основы налогообложения деятельности коммерческой организации.

Умение: планировать и оценивать результаты деятельности организации (предприятия); анализировать макроэкономическую информацию и интерпретировать полученные результаты; принимать стратегические и тактические маркетинговые решения по каналам распределения и товародвижения; оценивать социально-экономические и финансовые последствия для деятельности фирм конкретных мер государственной стабилизационной политики и направлений регулирования отдельных рынков; моделировать поведение экономических субъектов на микроэкономическом уровне в специфичных рыночных условиях, рассчитывать величину налогов, уплачиваемых коммерческой организацией.

Навыки: владение методами маркетинговых исследований; владения методами анализа и интерпретации управленческой и финансовой информации для принятия управленческих решений, планирования деятельности коммерческой организации, методами оценки последствий государственного регулирования для деятельности фирм; анализа моделей поведения фирм на рынках несовершенной конкуренции.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые учебной дисциплиной «Ценовые стратегии компании»:

- преддипломная практика;
- государственная итоговая аттестация.

Для освоения этих форм учебной деятельности и итоговой аттестации необходимы следующие «входные» знания, умения и опыт деятельности обучающегося, формируемые дисциплиной «Ценовые стратегии компании»:

- знание: содержания принципов, моделей и практики стратегического ценообразования;
- умение: анализировать и использовать источники информации для учета факторов ценообразования; принимать стратегические и тактические ценовые решения на основе критериев экономической эффективности и улучшения финансового состояния фирм;
- опыт деятельности: способность определять цели и анализировать факторы внешней и внутренней среды фирмы для поэтапной разработки ценовой стратегии фирмы; рассчитывать отпускную цену продукции фирмы с использованием методов, адекватных рыночной ситуации и специфике основной деятельности.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Ценовые стратегии компании» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» с профилем «Экономика и управление»:

- профессиональных компетенций (ПК):

- . способен организовывать работу исполнителей, критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий (ПК-3);
- способен собирать, анализировать исходные данные, рассчитывать экономические и социально-экономические показатели деятельности экономических агентов, а также обосновывать и представлять результаты расчетов в соответствии с принятыми стандартами и нормативно-правовой базой (ПК-5).

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ПК- 3: способен организовывать работу исполнителей, критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	ИПК-3.1.1 - последовательность принятия управленческих решений в сфере формирования стратегии и тактических приемов ценообразования; роль руководства и функциональных подразделений компаний в разработке ценовой стратегии; связь бизнес-стратегии, стратегии ценообразования и других функциональных стратегий коммерческой организации;	ИПК-3.2.1 – разрабатывать и обосновывать варианты стратегических и тактических ценовых решений с учетом бизнес-стратегии и маркетинговой стратегии и с учетом критериев социально-экономической эффективности, а также нормативных правовых актов, регулирующих деятельность компании в сфере ценообразования.	ИПК-3.3.1 – навыками анализа рисков и социально-экономических последствий в процессе разработки различных вариантов ценовых решений;
	ИПК-3.1.2 — цели различных подразделений коммерческой организации в отношении разработки стратегии и тактики ценообразования, расчета цены продукции;	ИПК-3.2.2 – определять цели, задачи и место подразделений (отделов) коммерческой организации при разработке стратегии и тактики ценообразования, цены продукции; критически оценивать предлагаемые варианты ценовых решений и обосновывать предложения по их совершенствованию	ИПК-3.3.2 -- методами согласования решений различных отделов и служб коммерческой организации при разработке стратегии ценообразования, при расчете цены продукции;
Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ПК- 5: способен собирать, анализировать исходные данные, рассчитывать экономические и социально-экономические показатели деятельности экономических	ИПК-5.1.1 - источники данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, социально-экономических показателях; факторы разработки стратегии	ИПК-5.2.1 - анализировать социально-экономические и финансовые статистические показатели, представляющие собой факторы внешней среды формирования ценовой стратегии и политики фирмы; применять	ИПК-5.3.1 - навыками интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях для

агентов, а также обосновывать и представлять результаты расчетов в соответствии с принятыми стандартами и нормативно-правовой базой	ценообразования на продукцию фирмы; ИПК-5.2.1 – – источники информации, статистических данных, данных бухгалтерской отчетности для проведения расчетов, связанных с формированием отпускных цен на продукцию; методика финансового анализа для целей ценообразования.	количественные и качественные методы анализа факторов ценообразования ИПК-5.2.2 - – осуществлять на основе поиска, сбора и оценки источников информации экономические и финансовые расчеты в рамках формирования и реализации ценовой стратегии фирмы; оформить и представлять результаты расчетов в соответствии с принятыми стандартами и нормативно-правовой базой в виде аналитического отчета (обоснования).	ценовой политики фирмы; ИПК-5.2.3 – – методами анализа статистических; и данных управленческого учета для обоснования и разработки ценовых решений; навыками анализа и учета показателей деятельности компании.
---	--	--	--

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Ценовые стратегии компании» в зачетных единицах составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

На контактную работу с преподавателем по очной форме обучения выделяется 54 часа: лекции – 18 часов, семинары – 36 часов. На самостоятельную работу выделено – 90 часов. Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Таблица 2 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Раздел, тема дисциплины	Семестр	Контактная работа (в часах)			Самост. работа		Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации [по семестрам]
		Л	ПЗ	ЛР	КР	СР	
Раздел I. Методологические и институциональные основы стратегического ценообразования.	7	8	14	-	-	34	Тестирование по разделу I
Тема 1. Методологические основы формирования ценовой стратегии компании.		4	6	-	-	12	Групповое собеседование, разноуровневые задачи и задания, практическое задание
Тема 2. Состав и функции цены.		2	6	-	-	12	Групповое собеседование, практическое задание
Тема 3. Законодательные условия ценообразования и государственное регулирование цен.		2	2			10	Групповое собеседование, практическое задание, тестирование
Раздел II. Факторы формирования		10	22	-	-	56	Коллоквиум по разделу 2

Раздел, тема дисциплины	Семестр	Контактная работа (в часах)			Самост. работа		Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации [по семестрам]
		Л	ПЗ	ЛР	КР	СР	
стратегии ценообразования и принятия тактических ценовых решений.							
<i>Тема 4. Учет рыночных факторов и затрат при разработке ценовой стратегии.</i>		2	4	-	-	12	Групповое собеседование, практическое задание, ситуационный анализ
<i>Тема 5. Финансовый анализ в процессе принятия стратегических ценовых решений.</i>		2	6	-	-	12	Групповое собеседование, практическое задание
<i>Тема 6. Выбор метода ценообразования и условия установления окончательной цены.</i>		2	4	-	-	12	Групповое собеседование, кейс-задание. практическое задание.
<i>Тема 7. Тактика ценообразования.</i>		2	4	-	-	10	Групповое собеседование, разноуровневые задачи и задания
<i>Тема 8. Стратегические и тактические ценовые решения в условиях внешнеэкономической деятельности фирмы.</i>		2	4	-	-	10	Коллоквиум, разноуровневые задачи и задания
Итого		18	36	-	-	90	Экзамен

Примечание: Л – лекция; ПЗ – практическое занятие, семинар; ЛР – лабораторная работа; ПП – практическая подготовка; КР / КП – курсовая работа / курсовой проект; СР – самостоятельная работа

Таблица 3 – Матрица соотнесения разделов, тем учебной дисциплины и формируемых компетенций

Раздел, тема дисциплины	Кол-во часов	Код компетенции	Код компетенции	Общее количество компетенций
		ПК- 3	ПК- 5	
Раздел I. Методологические и институциональные основы стратегического ценообразования.	56	+	+	2
<i>Тема 1. Методологические основы формирования ценовой стратегии компании.</i>	22	+	+	2
<i>Тема 2. Состав и функции цены.</i>	20	-	+	1
<i>Тема 3. Законодательные условия ценообразования и государственное регулирование цен.</i>	14	-	+	1

Раздел II. Факторы формирования стратегии ценообразования и принятия тактических ценовых решений.	88	+	+	2
<i>Тема 4. Учет рыночных факторов и затрат при разработке ценовой стратегии.</i>	18	+	+	2
<i>Тема 5. Финансовый анализ в процессе принятия стратегических ценовых решений.</i>	20	+	+	2
<i>Тема 6. Выбор метода ценообразования и условия установления окончательной цены.</i>	18	+	+	2
<i>Тема 7. Тактика ценообразования.</i>	16	+	+	2
<i>Тема 8. Стратегические и тактические ценовые решения в условиях внешнеэкономической деятельности фирмы.</i>	16	+	+	2
Итого	144			

Краткое содержание тем дисциплины

Раздел I. Методологические и институциональные основы стратегического ценообразования

Тема 1. Методологические основы формирования ценовой стратегии компании.

Методологический дуализм в определении ценности и цены и способы его разрешения на уровне фирм. Ценообразование как уникальный и специфический вид маркетинговой деятельности. «Маркетинг-микс» фирмы. Взаимосвязь стратегии фирмы, стратегии ценообразования и маркетинговой стратегии. Политика, стратегия и тактика ценообразования. Принципы стратегического ценообразования. Типы ценовой стратегии и их связь с экономической ценностью товара. Ценовая политика как правила определения цен в соответствии с выбранной стратегией. Порядок разработки ценовой стратегии. Разработка ценовой стратегии при проектировании нового продукта. Информация для разработки стратегических решений.

Тема 2. Состав и функции цены.

Функция цены в рыночной экономике. Виды цен. Логика затратного и ценностного подходов к ценообразованию. Экономическая ценность товара: ориентировочная и дифференциальная ценность. Цена производителя. Состав цены в зависимости от каналов (стадий) товародвижения. Франкирование цен. Структура цены.

Тема 3. Законодательные условия ценообразования и государственное регулирование цен.

Государственная политика цен. Цели государственного регулирования цен, его субъекты. Основы регулирования цен сделок в ГК РФ. Методы прямого и косвенного регулирования цен. Формы государственного регулирования цен и формирование законодательной базы политики цен в РФ. Органы контроля цен. Опыт государственного ценового регулирования в зарубежных странах. Теоретические аспекты взаимозависимости цен и денежного обращения. Масштаб цен. Валютный курс. Сущность цены кредита и порядок установления цены на кредитные ресурсы. Принципы определения цены для целей налогообложения.

Раздел II. Факторы формирования стратегии ценообразования и принятия тактических ценовых решений

Тема 4. Учет рыночных факторов и затрат при разработке ценовой стратегии компании.

Цена спроса. Чувствительность покупателей к уровню цен. Цена конкурента.

Влияние издержек на уровень цены через объёмы продаж. Бухгалтерское и экономическое понимание издержек. Система управленческого учёта издержек: калькуляции и ценообразование на основе учёта полных затрат; способ калькуляции цены на основе метода прямых затрат; метод нормативных (плановых) затрат в ценообразовании. Метод целевых затрат. Учет рыночных факторов и затрат при проектировании продукта и обосновании цены.

Тема 5. Финансовый анализ в процессе принятия стратегических ценовых решений.

Текущий или целевой уровень прибыли как критерий оценки ценовых решений. Процедура вычисления безубыточного изменения объёма продаж. Анализ безубыточности при реактивном (пассивном) ценообразовании. Оценка потенциальных финансовых последствий изменения цен с помощью таблицы и карты безубыточности. Анализ соотношения затрат, объёма производства и прибыли (CVP- анализа). Метод уравнивания и маржинальной прибыли. Графический метод. Расчёт минимального уровня рентабельности продукции на основе нормативного уровня рентабельности активов.

Тема 6. Выбор метода ценообразования и условия установления окончательной цены.

Общая характеристика затратных методов. Зависимость показателя рентабельности от средневзвешенной стоимости капитала. Метод, основанный на определении полных издержек и его недостатки. Методы трансфертного ценообразования. Эконометрические методы определения цен. Рыночные методы определения цен. Зависимость окончательного уровня цены от условий контракта и рыночных факторов. Метода целевых затрат на прединвестиционной стадии проектирования продукта.

Тема 7. Тактика ценообразования.

Тактические приёмы разделения рынков. Плановые и тактические скидки. Анализ ценовой чувствительности и сегментирование покупателей. Изменение тактических приёмов ценообразования на протяжении жизненного цикла товаров, при изменении рыночной конъюнктуры. Особенности ценообразования в условиях инфляции. Учет риска при формировании цен.

Тема 8. Стратегические и тактические ценовые решения в условиях внешнеэкономической деятельности фирмы.

Конкурентные стратегии бизнеса на мировом рынке и значение стратегии ценообразования в конкурентной борьбе. Ограничения недобросовестной конкуренции. Цены мирового рынка (публикуемые и расчётные). Особенности ценообразования на экспортируемую и импортируемую продукцию с учетом условий «Инкотермс». Виды контрактных цен. Формирование контрактной цены при базисных условиях. Мировые системы таможенной оценки товаров. Специфика формирования цен по основным товарным группам. Таможенная пошлина и её цели. Оценочные (сравнительные) и расчетные методы определения таможенной стоимости.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине

Обучение по дисциплине «Ценовые стратегии компании» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекционных и практические занятия) и самостоятельной работы студентов.

Лекция формирует у обучающегося базовые системные знания по вопросам дисциплины для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. Задачами, решаемыми преподавателем в ходе лекции, являются раскрытие сущности темы и анализ ее главных положений путем изложения учебного материала согласно учебной программе и формирование, и развитие у обучающихся навыков самостоятельной работы по поиску информации в учебной и научной литературе, интернет-источниках.

Содержание лекции должно отвечать следующим требованиям: изложение материала от простого к сложному; от известного к неизвестному; логичность, четкость и ясность в изложении материала; возможность проблемного изложения; дискуссии и диалога в конце лекции с целью активизации деятельности обучающихся; опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные; тесная связь теоретических положений и выводов с хозяйственной практикой.

Во вступительной части лекции преподаватель должен четко озвучить тему, представить логику освещения вопросов темы, кратко изложить цель. Необходимо обосновать место и роль изучаемой темы в учебной дисциплине, раскрыть ее практическое значение. Раскрывая содержание учебных вопросов, акцентировать внимание на основных категориях, явлениях и процессах, особенностях их протекания. Следует также раскрывать сущность и содержание различных точек зрения и научных подходов к объяснению тех или иных явлений и процессов. При изложении лекционного материала преподавателя следует аргументировано обосновать собственную позицию по спорным теоретическим вопросам, приводя примеры, раскрывать положительный отечественный и зарубежный опыт.

Используемый во время лекции наглядный материал – слайды, таблицы, схемы, иллюстрации помогает вести конспекты и улучшает темп предложения материала лекций.

В заключительной части лекции необходимо сформулировать общие выводы по теме, раскрывающие содержание всех вопросов, поставленных в лекции. Для закрепления материала, подготовки к семинарским занятиям и выполнения самостоятельной работы необходимо рекомендовать литературу, основную и дополнительную, в том числе учебно-методические материалы, а также электронные источники (интернет-ресурсы).

Лекция-беседа или диалог с аудиторией является наиболее распространенной и сравнительно простой формой активного вовлечения обучающихся в учебный процесс. Эта лекция предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Преимущество лекции-беседы состоит в том, что она позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала с учетом особенностей студентов. Вопросы в ходе лекции могут быть как простыми для того, чтобы сосредоточить внимание студентов на отдельных аспектах темы, так и проблемными. Обучающиеся, продумывая ответ на заданный вопрос, получают возможность самостоятельно прийти к тем выводам и обобщениям, которые преподаватель должен был сообщить им в качестве новых знаний, либо понять важность обсуждаемой темы, что повышает интерес и степень восприятия материала студентами.

Лекцию-беседу, как и традиционную лекцию можно сочетать с разбором конкретных ситуаций.

В ходе подготовки лекции преподаватель должен разрабатывать план лекции, в котором должен определить те основные материалы, которые обучающиеся (студенты)

должны понять и записать. Содержание лекций определяется рабочей программой обучения. Желательно, чтобы каждая лекция охватывала и исчерпывала определенную тему курса и представляла собой логически вполне законченную работу и не допускала перерыва ее в таком месте, когда основная идея еще не полностью раскрыта. Содержание лекции должно быть организованным и четким, что делает усвоение материала доступным.

Организация преподавателем семинарских занятий должна удовлетворять следующим требованиям: количество занятий должно соответствовать учебному плану программы, содержание планов должно соответствовать программе, план занятий должен содержать перечень рассматриваемых вопросов. Во время семинарских занятий используются словесные методы обучения, как беседа и дискуссия, что позволяет вовлекать в учебный процесс всех студентов и стимулирует творческий потенциал обучающихся.

При подготовке к семинарским занятиям преподавателю необходимо знать план его проведения, продумать формулировки и содержание учебных вопросов, выносимых на обсуждение, познакомиться с новыми публикациями по теме. Преподаватель активно должен участвовать в разработке ситуационных задач, тестовых заданий по темам, разделам, которые будут использоваться в процессе обучения. Важнейшим элементом практического занятия является учебная задача (проблема), предлагаемая для решения. Преподаватель, подбирая примеры (задачи и логические задания) для семинара, должен представлять дидактическую цель: привитие каких навыков и умений применительно к каждой задаче установить, каких усилий от обучающихся она потребует, в чем должно проявиться творчество студентов при решении данной задачи.

Преподаватель должен понимать, что основные функции практического занятия:

- обучающая – позволяет организовать творческое активное изучение теоретических и практических вопросов, установить непосредственное общение обучаемых и преподавателя;
- формирует у Студентов самоконтроль за правильным пониманием изучаемого материала, закрепляет и расширяет их знания;
- воспитывающая – осуществляет связь теоретических знаний с практикой, формирует принципиальность в суждениях, самокритичность, навыки, привычки профессиональной деятельности и поведения;
- контролирующая – позволяет систематически проверять уровень подготовленности обучаемых к занятиям, к будущей практической деятельности, а также оценить качество их самостоятельной работы.

Форма семинарских занятий:

- развернутая беседа (или дискуссия, диспут) по заранее известному плану (списку вопросов);
- небольшие доклады Студентов, в том числе демонстрирующие выполнение заданий самостоятельной работы, с последующим обсуждением участниками группы;
- обсуждение кейсов; кейс-семинар проводится на основе использования кейс-метода (технология анализа конкретных ситуаций).

Эти формы могут сочетаться в одном семинаре в зависимости от оценочных средств, предусмотренных программой дисциплины.

Семинарское занятие по дисциплине «Ценовые стратегии компании» в основном проходит в форме группового обсуждения вопросов, которое направлено на достижение лучшего понимания положений темы. Групповые обсуждения способствуют лучшему усвоению изучаемого материала.

На первом этапе группового обсуждения перед обучающимися ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого студенты должны подготовить аргументированный развернутый ответ. На втором этапе группового обсуждения вырабатывается групповое решение совместно с преподавателем.

Подготовка преподавателя к проведению практического занятия включает:

- подбор вопросов, контролирующих знания на понимание обучающимися теоретического материала, который был изложен на лекциях и изучен ими самостоятельно;
- выбор материала для примеров и упражнений. Подбирая задачи, преподаватель должен знать, почему он предлагает данную задачу, а не другую (выбор задачи не должен быть случайным); что из решения этой задачи должен извлечь обучающийся (предвидеть непосредственный практический результат решения выбранной задачи); что дает ее решение обучающемуся для овладения темой и дисциплиной в целом (рассматривать решение каждой задачи как очередную «ступеньку» обучения);
- решение подобранных задач самим преподавателем (каждая задача, предложенная обучающимся, должна быть предварительно решена и методически обработана);
- подготовку выводов из решенной задачи, примеров из практики, где встречаются задачи подобного вида, разработку итогового выступления;
- распределение времени, отведенного на занятие, на решение каждой задачи;
- подбор иллюстративного материала, необходимого для решения задач, продумывание расположения рисунков и записей на доске, а также различного рода демонстраций.

Практическое занятие проводится, как правило, с одной группой, поэтому план на его проведение может и по возможности должен учитывать индивидуальные особенности обучающихся данной группы. Это касается распределения времени, сложности и числа задач.

В начале занятия преподаватель должен раскрыть теоретическую и практическую значимость темы занятия, определить порядок его проведения, время на обсуждение каждого учебного вопроса. В ходе занятия следует дать возможность выступить всем желающим и предложить выступить тем обучающимся, которые проявляют пассивность. Целесообразно, в ходе обсуждения учебных вопросов, задавать выступающим и аудитории дополнительные и уточняющие вопросы с целью выяснения их позиций по существу обсуждаемых проблем, а также поощрять выступление с места в виде кратких дополнений.

Нельзя на практических занятиях ограничиваться выработкой только практических навыков и умений решения задач, построения графиков и т.п. Обучающиеся должны всегда видеть ведущую идею курса и ее связь с практикой. В ходе семинара преподаватель использует вопросы уточняющие, встречные, наводящие и проблемные. Уточняющие вопросы принуждают выступающего на семинаре конкретизировать сказанную мысль, четко и определенно сформулировать ее.

В заключительной части практического занятия следует подвести итог: дать объективную оценку выступления каждого студента и учебной группы в целом, раскрыть положительные стороны и недостатки проведения занятия, ответить на вопросы, назвать тему очередного занятия и дать необходимые задания.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекциям и практическим занятиям (семинарам), поскольку они являются формой контактной работы с преподавателем при организации учебного процесса.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции;
- в процессе лекции рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету.

Подготовка к семинарским (практическим занятиям):

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- рассмотрите примеры решения задач по теме, запишите вопросы, которые следует задать преподавателю, чтобы уяснить логику решения;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы.

Конспект к семинарскому занятию по дисциплине представляет собой самостоятельно подобранный из периодической литературы, интернет-ресурсов (ЭБС, официальных сайтов) материал, кратко законспектированный, иллюстрирующий научный/практический взгляд на исследуемую проблему. Для составления конспекта необходимо:

- осуществить анализ периодической литературы и интернет-ресурсов;
- выбрать наиболее интересную тему (возможно по согласованию с преподавателем);
- отобрать наиболее соответствующие проблеме материалы, характеризующие различные подходы и авторские позиции;
- законспектировать (сделать «выжимки») из источника, раскрывающие замысел автора, его позицию;
- интегрировать собранные материалы в единый содержательный блок.

Семинарские занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий, описанных в рабочей программе.

В процессе изучения дисциплины Вам предложат занятия, основанные на интерактивной форме обучения, целью которой является формирование поведенческих навыков и умений.

Семинарское занятие может проходить в форме анализа конкретной ситуации (ситуационный анализ, анализ конкретных ситуаций, case-study) – это педагогическая технология, основанная на моделировании ситуации или использования реальной ситуации в целях анализа данного случая, выявления проблем, поиска альтернативных решений и принятия оптимального решения проблем.

При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя. Самостоятельная работа обучающегося состоит в закреплении и самостоятельном освоении вопросов соответствующей темы и включает подготовку к обсуждению вопросов на семинаре, подготовка письменных ответов на вопросы преподавателя, письменное выполнение практических и кейсовых заданий.

Для качественной подготовки к семинарскому занятию по каждой теме Студентам рекомендуется список вопросов, которые выносятся на обсуждение в ходе группового

собеседования. Обсуждение, с одной стороны, представляет собой форму определения индивидуальных знаний по пройденному материалу во время семинарского занятия. С другой стороны, – это средство текущего контроля, организованное как специальная беседа преподавателя со всеми обучающимися для выявления более полного правильного ответа на поставленный вопрос.

В период внеаудиторной самостоятельной работы обучающийся выполняет разноуровневые задачи и задания, практические задания. Указания по выполнению задач и заданий, а также других видов текущего контроля см. п. 7.3.

Таблица 4 – Содержание самостоятельной работы обучающихся

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
<i>Раздел I. Методологические и институциональные основы стратегического ценообразования.</i>	34	Выполнение теста по разделу I в СДО
<i>Тема 1. Методологические основы формирования ценовой стратегии компании.</i> 1. Элементы и принципы процесса стратегического ценообразования. 2. Факторы выбора ценовой стратегии. 3. Стратегии пониженных цен и нейтрального ценообразования: характеристика и факторы выбора. 4. Источники информации для принятия стратегических ценовых решений.	12	Конспектирование материалов учебника, дополнительной литературы. Ответы на вопросы к семинарскому занятию. Решение разноуровневых заданий.
<i>Тема 2. Состав и функции цены.</i> 1. Состав и расчёт экономической ценности товара. 2. Состав цены в соответствии со стадиями товародвижения. 3. Функции цены и их взаимосвязь в рыночной экономике. 4. Система и классификация цен.	12	Конспектирование материалов учебника, дополнительной литературы, решение разноуровневых заданий. Ответы на вопросы к семинарскому занятию.
<i>Тема 3. Законодательные условия ценообразования и государственное регулирование цен.</i> 1. Цели, субъекты и объекты государственного регулирования цен. 2. Методы ценового регулирования. 3. Особенности ценообразования в зарубежных странах. 4. Проблемы ценообразования в Гражданском и Налоговом кодексах (самостоятельное изучение).	10	Конспектирование материалов учебника, дополнительной литературы. Ответы на вопросы к семинарскому занятию. Выполнение практического задания. Выполнение теста по разделу I в системе ДО.
<i>Раздел II. Факторы формирования стратегии ценообразования и принятия тактических ценовых решений.</i>	56	
<i>Тема 4. Учет рыночных факторов и затрат при разработке ценовой стратегии.</i> 1. Системы управленческого учёта издержек и их роль при формировании цены: 1.1. метод калькуляции и формирования цены на основе учёта полных затрат; 1.2. ценообразование на основе учета частичных затрат; 1.3. особенности применения метода нормативных (плановых) издержек. 2. Учёт ценовой чувствительности покупателей и конкурентной ситуации.	12	Конспектирование материалов учебника, дополнительной литературы, решение разноуровневых заданий. Ответы на вопросы к семинарскому занятию. Выполнение практического задания.

<i>Тема 5. Финансовый анализ в процессе принятия стратегических ценовых решений.</i> 1. Анализ безубыточности изменения объема продаж при отсутствии изменений в издержках. 2. Расчёт безубыточности с учётом изменения переменных и постоянных издержек. 3. Анализ условий безубыточности при пассивном ценообразовании. 4. Оценка потенциальных финансовых воздействий в результате ценовых решений.	12	Конспектирование материалов учебника, дополнительной литературы.. Ответы на вопросы к семинарскому занятию. Выполнение практического задания.
<i>Тема 6. Выбор метода ценообразования и условия установления окончательной цены.</i> 1. Затратные методы ценообразования и процесс обоснования нормативов рентабельности. 2. Рыночные методы ценообразования и факторы чувствительности покупателей к уровню цены. 3. Эконометрические (параметрические) методы ценообразования. 4. Содержание, виды и примеры трансфертного ценообразования.	12	Конспектирование материалов учебника, дополнительной литературы. Ответы на вопросы к семинарскому занятию. Выполнение практического задания.
<i>Тема 7. Тактика ценообразования.</i> 1. Изменения цен при конъюнктурных колебаниях рынка и в период кризиса. 2. Управление рисками в процессе ценообразования. 3. Тактические приёмы разделения рынков. 4. Способы стимулирования продаж.	10	Конспектирование материалов учебника, дополнительной литературы, решение разноуровневых заданий. Ответы на вопросы к семинарскому занятию.
<i>Тема 8. Стратегические и тактические ценовые решения в условиях внешнеэкономической деятельности фирмы.</i> 1. Особенности ценообразования на экспортируемую и импортируемую продукцию. 2. Классификация цен в зависимости от условий поставки и продажи (ИНКОТЕРМС).	10	Подготовка к коллоквиуму по вопросам раздела 2. Конспектирование материалов учебника, дополнительной литературы, решение разноуровневых заданий.
Итого	90	

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

К самостоятельной работе студента относится выполнение письменных практических заданий.

Практическое задание – средство проверки текущих знаний и умений применять полученные знания для решения задач по условию, моделирующую практическую ситуацию. Задание включает в себя решение задач и служит инструментом проверки знаний и умений обучающихся. Решение задач должно быть лаконично, экономически грамотно построено. Запишите условие задачи с принятыми условными обозначениями и единицами измерения используемых показателей; приведите решение задачи как аналитическое, так и, по возможности, графическое, отражающее методику расчета искомых величин; ответ на поставленный вопрос.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации различных видов учебной работы по дисциплине могут использоваться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

6.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» и реализации компетентностного подхода предусмотрены как пассивные, так и активные и интерактивные методы обучения. В рамках дисциплины «Ценовые стратегии компании» предусмотрены следующие интерактивные формы обучения:

- лекция-беседа (диалог);
- анализ конкретных ситуаций (case-study).

Таблица 5 – Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие (семинар)	Лабораторная работа
Раздел I. Методологические и институциональные основы стратегического ценообразования.			
<i>Тема 1. Методологические основы формирования ценовой стратегии компании.</i>	<i>Вводная (проблемная) лекция</i>	<i>Устный опрос (групповое собеседование) и обсуждение вопросов темы. выполнение практического задания.</i>	<i>Не предусмотрено</i>
<i>Тема 2. Состав и функции цены.</i>	<i>Традиционная лекция</i>	<i>Устный опрос (групповое собеседование) и обсуждение вопросов темы. Решение типовых задач.</i>	<i>Не предусмотрено</i>
<i>Тема 3. Законодательные условия ценообразования и государственное регулирование цен.</i>	<i>Лекция-беседа (диалог)</i>	<i>Устный опрос (групповое собеседование) и обсуждение вопросов темы.</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Раздел II. Факторы формирования стратегии ценообразования и принятия тактических ценовых решений.			
<i>Тема 4. Учет рыночных факторов и затрат при разработке ценовой стратегии.</i>	<i>Традиционная лекция</i>	<i>Устный опрос (групповое собеседование) и обсуждение вопросов темы, Решение типовых задач. Анализ конкретных ситуаций.</i>	<i>Не предусмотрено</i>
<i>Тема 5. Финансовый анализ в процессе принятия стратегических ценовых решений.</i>	<i>Традиционная лекция</i>	<i>Устный опрос (групповое собеседование) и обсуждение вопросов темы. Ситуационный анализ. Решение</i>	<i>Не предусмотрено</i>

		<i>типовых задач.</i>	
<i>Тема 6. Выбор метода ценообразования и условия установления окончательной цены.</i>	<i>Традиционная лекция</i>	<i>Устный опрос (групповое собеседование) и обсуждение вопросов темы. Решение задач.</i>	<i>Не предусмотрено</i>
<i>Тема 7. Тактика ценообразования.</i>	<i>Лекция-беседа (диалог)</i>	<i>Устный опрос (групповое собеседование) и обсуждение вопросов темы. Кейс-анализ.</i>	<i>Не предусмотрено</i>
<i>Тема 8. Стратегические и тактические ценовые решения в условиях внешнеэкономической деятельности фирмы.</i>	<i>Традиционная лекция</i>	<i>Устный опрос (групповое собеседование) и обсуждение вопросов темы. Решение типовых задач.</i>	<i>Не предусмотрено</i>

6.2. Информационные технологии

При реализации различных видов учебной и внеучебной работы используются следующие информационные технологии:

- использование возможностей интернета в учебном процессе (использование сайта преподавателя (рассылка заданий, предоставление выполненных работ, ответы на вопросы, ознакомление обучающихся с оценками и т. д.));
- использование электронных учебников и различных сайтов (Образовательная платформа «ЮРАЙТ», ЭБС ООО «Политехресурс» «Консультант студента») как источник информации;
- использование возможностей электронной почты преподавателя;
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т. д.);
- использование интегрированных образовательных сред, где главной составляющей являются не только применяемые технологии, но и содержательная часть, т. е. информационные ресурсы (доступ к мировым информационным ресурсам, на базе которых строится учебный процесс);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование») или иных информационных систем, сервисов и мессенджеров).

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

Лицензионное программное обеспечение (предоставляется университетом, устанавливается на компьютерную технику университета).

Перечень программного обеспечения:

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Платформа дистанционного обучения LMS Moodle	Виртуальная обучающая среда

Наименование программного обеспечения	Назначение
«Электронное образование»	
Mozilla FireFox	Браузер
Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор
Microsoft Windows 7 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер
Notepad++	Текстовый редактор
OpenOffice	Пакет офисных программ
Opera	Браузер
Paint .NET	Растровый графический редактор
Scilab	Пакет прикладных математических программ
Microsoft Security Assessment Tool. Режим доступа: http://www.microsoft.com/ru-ru/download/details.aspx?id=12273 (Free) Windows Security Risk Management Guide Tools and Templates. Режим доступа: http://www.microsoft.com/en-us/download/details.aspx?id=6232 (Free)	Программы для информационной безопасности

6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для информационного обеспечения дисциплины «Ценовые стратегии компании» используются:

- универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС» (URL: <http://dlib.eastview.com>, имя пользователя: AstrGU пароль: AstrGU);
- электронные версии периодических изданий, размещённые на сайте информационных ресурсов (URL: www.polpred.com);
- электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем» (URL: <https://library.asu.edu.ru/catalog/>)
- справочная правовая система КонсультантПлюс. (URL: <http://www.consultant.ru>).

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Ценовые стратегии компании» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6 – Соответствие разделов, тем дисциплины, результатов обучения по дисциплине и оценочных средств

Контролируемый раздел, тема дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
Раздел I. Методологические и институциональные основы стратегического ценообразования.	ПК- 3, ПК- 5	Тест по разделу I
Тема 1. Методологические основы формирования ценовой стратегии компании.	ПК- 3, ПК- 5	Групповое собеседование, разноуровневые задачи и задания, практическое задание
Тема 2. Состав и функции цены.	ПК- 5	Групповое собеседование, разноуровневые задачи и задания
Тема 3. Законодательные условия ценообразования и государственное регулирование цен.	ПК- 5	Групповое собеседование, практическое задание
Раздел II. Факторы формирования стратегии ценообразования и принятия тактических ценовых решений.	ПК- 3, ПК- 5	Коллоквиум по разделу 2
Тема 4. Учет рыночных факторов и затрат при разработке ценовой стратегии.	ПК- 3, ПК- 5	Групповое собеседование, разноуровневые задачи и задания, ситуационный анализ, практическое задание
Тема 5. Финансовый анализ в процессе принятия стратегических ценовых решений.	ПК- 3, ПК- 5	Групповое собеседование, практическое задание
Тема 6. Выбор метода ценообразования и условия установления окончательной цены.	ПК- 3, ПК- 5	Групповое собеседование, кейс-анализ, практическое задание
Тема 7. Тактика ценообразования.	ПК- 3, ПК- 5	Групповое собеседование, разноуровневые задачи и задания
Тема 8. Стратегические и тактические ценовые решения в условиях внешнеэкономической деятельности фирмы.	ПК- 3, ПК- 5	Разноуровневые задачи и задания

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7 – Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, отражающее систематический взгляд на изучаемый объект; способен обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры, объяснять причинно-следственные связи в экономических процессах и явлениях,
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, достаточное для системного взгляда на изучаемый объект, показывает способность приводить примеры, объяснять причинно-следственные связи в экономических процессах и явлениях, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя.
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, однако минимально необходимым для системного взгляда на изучаемый объект; допускает ошибки при ответе на вопросы, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов, в объяснении причинно-следственных связей в экономических процессах и явлениях.
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры; не объясняет причинно-следственные связи в экономических процессах и явлениях. Нет ответа на вопрос.

Таблица 8 – Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание по подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задания

Критерии оценивания результатов обучения по видам текущего контроля

Групповое собеседование	«Отлично» Студент при ответе на вопросы на высоком уровне демонстрирует знание понятийного аппарата курса, источников информации и данных, необходимых для учета факторов формирования ценовой стратегии фирмы и расчета текущего уровня цены; понимает и выстраивает логику ценовых решений в соответствии с их потенциальным влиянием на показатели экономической эффективности и финансового состояния компании.
	«Хорошо» Студент при ответе на вопросы на базовом уровне демонстрирует знание понятийного аппарата курса, источников информации и данных, необходимых для учета факторов формирования ценовой стратегии фирмы и расчета текущего уровня цены; понимает и выстраивает логику ценовых решений в соответствии с их потенциальным влиянием на показатели экономической эффективности и финансового состояния компании.

	Возможны единичные несодержательные ошибки, исправляемые самим Студентом после замечания преподавателя. «Удовлетворительно» Студент при ответе на вопросы с затруднениями показывает знание понятийного аппарата курса, источников информации и данных, необходимых для учета факторов формирования ценовой стратегии фирмы и расчета текущего уровня цены; у Студента возникают отдельные содержательные ошибки при обосновании ценовых решений в соответствии с их потенциальным влиянием на показатели экономической эффективности и финансового состояния компании. Содержательные ошибки при изложении теоретических аспектов темы в большей степени исправляются самим Студентом после замечания преподавателя. «Неудовлетворительно» Студент при ответе на вопросы не показывает удовлетворительное знание теоретических аспектов темы и понятийного аппарата курса; не способен назвать источники информации и данные, необходимые для учета факторов формирования ценовой стратегии фирмы и расчета текущего уровня цены; не может показать связь ценовых решений и показателей экономической эффективности и финансового состояния компании. Отказывается от ответа.
Тестовое задание	«Отлично» Правильно выполнено 90 – 100 % тестовых заданий. «Хорошо» Правильно выполнено 75 – 89 % тестовых заданий. «Удовлетворительно» Правильно выполнено 60 – 74% тестовых заданий. «Неудовлетворительно» Правильно выполнено 0 – 59% тестовых заданий.
Разноуровневые задачи и задания	«Отлично» Задание выполнено полностью, продемонстрирована способность использовать знания понятий и закономерностей курса, Студент продемонстрировал умение решать задания, связанные с экономическими расчетами, а также умение анализировать и обобщать информацию; применять стандартные формулы для вычисления, делать разъяснения по полученному решению. «Хорошо» Задание выполнено с отдельными ошибками (продемонстрирована в базовом объеме способность использовать знания понятий и закономерностей теории), делать разъяснения по полученному решению. «Удовлетворительно» Задание выполнено частично, продемонстрирована способность использовать знания понятий и закономерностей теории для расчета показателей; применять стандартные формулы для вычисления. Не сделаны разъяснения. «Неудовлетворительно» Задание не выполнено или выполнено неверно.
Ситуационный анализ (case-study))	«Отлично» Студент дал комплексную оценку предложенной ситуации, правильно ответил на все вопросы кейса, допустив незначительные неточности, исправленные после вопроса преподавателя. Демонстрирует высокий уровень умения использовать экономическую, статистическую и финансовую информацию для грамотного анализа предложенной ситуации и принятия стратегических и тактических ценовых решений; показывает навыки аргументации собственной точки зрения, свободное владение методами сбора и анализа релевантной информации, разработки управленческого решения и его обоснования основе критериев социально-экономической эффективности.

	«Хорошо» Студент дал комплексную оценку предложенной ситуации, правильно ответил на большинство вопросов кейса, допустив единичные ошибки, исправляемые самим обучающимся после замечания преподавателя. Демонстрирует базовый уровень умения использовать экономическую, статистическую и финансовую информацию для анализа предложенной ситуации и принятия стратегических и тактических ценовых решений; показывает навыки аргументации собственной точки зрения, владение методами сбора и анализа информации, разработки управленческого решения и его обоснования на основе критериев социально-экономической эффективности. «Удовлетворительно» У Студента возникают затруднения с комплексной оценкой предложенной ситуации. Дает неполное теоретическое обоснование ответа на вопросы кейса, требующее наводящих вопросов преподавателя. Демонстрирует удовлетворительный уровень умения использовать экономическую, статистическую и финансовую информацию для анализа предложенной ситуации и принятия стратегических и тактических ценовых решений; показывает отдельные навыки аргументации собственной точки зрения, частичное владение методами сбора и анализа информации, разработки управленческого решения и его обоснования на основе критериев экономической эффективности. «Неудовлетворительно» Неправильная оценка предложенной ситуации; отсутствие теоретического обоснования выполнения задания. Студент не показывает даже после наводящих вопросов преподавателя умения использовать экономическую, статистическую и финансовую информацию для анализа предложенной ситуации и принятия стратегических и тактических ценовых решений.
Практическое задание	«Отлично» (90-100 баллов) Задание выполнено полностью, продемонстрирована способность использовать знания понятий и закономерностей теории для обоснования выводов, расчета показателей, умение анализировать и обобщать информацию; применять стандартные формулы для вычисления; сделаны разъяснения. При ответе на вопрос использует дополнительную литературу и самостоятельно найденные источники. Вывод построен грамотно, всесторонне отражая ответ на вопрос. «Хорошо» (70-89 баллов) Задание выполнено с небольшими погрешностями: продемонстрирована в базовом объеме способность использовать знания понятий и закономерностей теории для обоснования выводов, для расчета показателей, умение анализировать информацию; применять стандартные формулы для вычисления; сделаны разъяснения. Вывод обоснован предшествующим анализом. «Удовлетворительно» (60-69 баллов) Задание выполнено частично: продемонстрирована способность использовать знания понятий и закономерностей теории для обоснования выводов, для расчета показателей; применять стандартные формулы для вычисления. Вывод недостаточно четко обоснован. «Неудовлетворительно» (ниже 60 баллов) Задание не выполнено или выполнено неверно.
Коллоквиум	«Отлично» Студент при ответе на вопросы коллоквиума на высоком уровне демонстрирует знание понятийного аппарата курса, источников информации и данных, необходимых для учета факторов формирования ценовой стратегии фирмы и расчета текущего уровня цены; понимает и выстраивает логику ценовых решений в соответствии с их потенциальным влиянием на

	показатели экономической эффективности и финансового состояния компании.
	«Хорошо» Студент при ответе на вопросы коллоквиума на базовом уровне демонстрирует знание понятийного аппарата курса, источников информации и данных, необходимых для учета факторов формирования ценовой стратегии фирмы и расчета текущего уровня цены; понимает и выстраивает логику ценовых решений в соответствии с их потенциальным влиянием на показатели экономической эффективности и финансового состояния компании. Возможны единичные несодержательные ошибки, исправляемые самим Студентом после замечания преподавателя.
	Удовлетворительно» Студент при ответе на вопросы коллоквиума с затруднениями показывает знание понятийного аппарата курса, источников информации и данных, необходимых для учета факторов формирования ценовой стратегии фирмы и расчета текущего уровня цены; у Студента возникают отдельные содержательные ошибки при обосновании ценовых решений в соответствии с их потенциальным влиянием на показатели экономической эффективности и финансового состояния компании. Содержательные ошибки при изложении теоретических аспектов темы в большей степени исправляются самим Студентом после замечания преподавателя.
	«Неудовлетворительно» Студент при ответе на вопросы коллоквиума не показывает удовлетворительное знание теоретических аспектов темы и понятийного аппарата курса; не способен назвать источники информации и данные, необходимые для учета факторов формирования ценовой стратегии фирмы и расчета текущего уровня цены; не может показать связь ценовых решений и показателей экономической эффективности и финансового состояния компании. Отказ от ответа.

7.3. Контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине

Раздел I. Методологические и институциональные основы стратегического ценообразования

Тема 1. Методологические основы формирования ценовой стратегии компании.

1. Вопросы для обсуждения:

1. Какую роль играли ценностные концепции в рамках классических экономических школ?
2. Дайте сравнительную характеристику таких терминов, как ценность, стоимость и цена.
3. В чём состоят недостатки теорий ценообразования, основанных на рассмотрении условий совершенной конкуренции?
4. Дайте характеристику этапов процесса ценообразования.
5. Какие неценовые методы можно использовать для поддержания расчётной цены и успешной реализации товара?
6. Как Вы понимаете утверждение, согласно которому политика скидок, отдающая право на принятие большинства ценовых решений менеджерам высшего уровня, не может рассматриваться как политика ценообразования?
7. В чём заключается особенность установления цен в рамках товарного ассортимента?
8. Правильно ли утверждать, что «стратегия сегментированного ценообразования» – это лишь другое название ценовой дискриминации?

2. Разноуровневые задачи и задания:

Указания по выполнению заданий:

В период подготовки к занятию необходимо выполнить разноуровневые задания, которые могут включать задачи и задания на обобщение, соотнесение фактического и теоретического материала, использование информации для расчетов (как правило, задания реконструктивного уровня). Решение задач должно быть лаконично, экономически грамотно построено. Запишите условие задачи с принятыми условными обозначениями и единицами измерения используемых показателей; приведите решение задачи как аналитическое, так и, по возможности, графическое, отражающее методику расчета искомых величин; ответ на поставленный вопрос.

Если задание выносится на самостоятельную работу, необходимо прочитать условие, вопросы и представить письменный ответ на задание, используя аргументацию, основой которой могут быть положения экономической теории, законодательные акты и сделав вывод, представляющий собой краткое обоснование ответа (вашего мнения) на вопрос (вопросы).

Задание 1. Выполните нижеприведённое практическое задание. Оно связано с нахождением соответствия между приведённым в таблице термином и относящимися к нему определениями, характеристиками. При этом к одному термину может относиться несколько признаков, имеющих различные порядковые номера. Следует отразить эти номера в соответствующей термину строке. Для успешного решения задания необходимо сделать не более одной неправильной расстановки.

Термин	№ признака
Стратегия ценообразования	
Тактика ценообразования	
Политика ценообразования	
Реактивное ценообразование	
«Классический» маркетинг	
Смешанный маркетинг (маркетинг - «микс»)	

- 1) уступки в цене, реакция на изменение рыночной конъюнктуры;
- 2) формулировка критериев, с учетом которых принимаются решения, в том числе о предоставлении скидок;
- 3) краткая формулировка задач, которые призвано решить ценообразование;
- 4) направление и методы реализации долгосрочных планов в области ценообразования;
- 5) методы, позволяющие добиться сокращения разрыва между ценностью и ценой;
- 6) установление взаимоподдерживающих целей и структурирование процесса ценообразования в организации;
- 7) изменение цен под влиянием решений конкурентов или роста затрат;
- 8) ориентация на потребителя с целью завоевания и увеличения доли рынка;
- 9) набор правил и практических методов, которых необходимо придерживаться при установлении рыночных цен на продукцию;
- 10) взаимосвязь задач в области установления цен, характеристик продвижения и распределения товара.

Задание 2. Выполните ниже приведённое задание. Оно связано с нахождением соответствия между приведённым в таблице термином и относящимися к нему определениями. При этом к одному термину может относиться несколько признаков,

имеющих различные порядковые номера. Следует отразить эти номера в соответствующей термину строке.

Название стратегий	№ признаков
Стратегия «снятия сливок» (премиального ценообразования)	
Стратегия «ступенчатых премий» (цены со снижающейся надбавкой)	
Стратегия «ценового прорыва» (проникающего ценообразования)	
Стратегия выравнивания цен (с ориентацией на товарную линейку)	
Стратегия нейтрального ценообразования	

1) Может применяться при реализации маркетинговой стратегии лидерства по издержкам, когда рынок не слишком чувствителен к цене;

2) применяется при стратегии лидерства по издержкам, нацеленной на отдельный сегмент или на рынок в целом;

3) выбирается обычно при маркетинговой стратегии товарного дифференцирования, нацеленной на определенный сегмент покупателей;

4) при этой стратегии ценовые решения принимаются с учётом цен на весь ассортимент выпускаемой продукции;

5) применяется обычно на начальной стадии освоения продукта и использует принцип ценовой дискриминации по мере освоения рынка сбыта или появления конкурентов;

6) большинство покупателей воспринимаемой экономической ценность товара при данной стратегии как более высокую в сравнении с уровнем цены;

7) при этой стратегии неценовые атрибуты товара высоко оцениваются определенным сегментом покупателей;

8) при этой стратегии фирмы избегают резкого повышения или снижения цен;

9) эта стратегия предполагает, что планируемые убытки при выпуске одного продукта компенсируются прибылями по другим продуктам.

2. Практическое задание.

Указания по выполнению практических заданий:

Необходимо прочитать вопросы и представить письменный ответ на задание, используя аргументацию, основой которой могут быть положения экономической теории и теории финансовой грамотности, законодательные акты, источники литературы к теме (см. список основной и дополнительной литературы) и сделав выводы, представляющие собой краткое обоснование ответа (вашего мнения) на вопросы.

При выполнении заданий при необходимости (требовании задания) следует показать промежуточные вычисления, которые необходимы для анализа статистических данных и ответа на вопрос, требующий количественного анализа. Для поиска необходимой информации в тексте вопроса приведены ссылки на сайты и источники статистических данных.

Задание.

Опишите процесс разработки ценовой стратегии (в целом как понятие), политику и тактику ценообразования с точки зрения различий проектного и процессного подходов. Поясните, почему, например, тактические мероприятия Вы относите к тому или иному подходу.

Рекомендуемая литература (см. список литературы):

1. Липсиц, И. В. Ценообразование: учебник для вузов. Главы 1,7,9,
2. Шуляк П.Н. Ценообразование. П. 2-5.
3. Ямпольская Д.О., Ценообразование. Глава 5.

Тема 2. Состав и функции цены.

1. Вопросы для обсуждения:

1. Почему, несмотря на очевидные недостатки затратных методов, они по-прежнему широко используются фирмами?
2. В чём заключается фундаментальный недостаток установления цены на основе средних издержек?
3. Почему ценностное ценообразование без управления сбытом и издержками может трансформироваться в ориентированное на потребителя?
4. Что означают термины «пассивное ценообразование» и «ловушка ценообразования»?
5. Как меняется роль финансовых подразделений фирмы при ориентации цены на ценность производимого продукта и отказа от затратного подхода?
6. В чём заключается противоречие подхода к последовательному установлению цены на конечные товары и услуги в экономике в целом (сначала цена сырья, затем полуфабрикатов и т.д.)?
7. Позволяет ли расчёт экономической ценности товара выявить точную цену продаж для соответствующего сегмента рынка?
8. Какова возможная причина предубеждения руководства фирм в отношении ценностного подхода к ценообразованию?
9. Назовите составные части отпускной цены. Вспомните, какую роль в составе цены играют себестоимость, прибыль, скидки и наценки, налоги.
10. Какая из функций цены а) в наибольшей степени связана с применением наиболее экономичных методов производства; б) в большей мере реализуется с помощью косвенных налогов; в) играет наибольшую роль в рыночной экономике? Какую функцию цена выполняет как носитель экономической информации?

2. Практическое задание:

Вариант 1.

Товар поступает в розничную сеть через оптовую базу. **Определите розничную цену товара**, если оптовая цена предприятия составила 14 руб. за единицу, прибыль производителя в отпускной цене = 40 %, сбытовая наценка = 10 %, торговая надбавка = 25 %, акциз = 30 % в отпускной цене предприятия без НДС.

Вариант 2.

условие. Себестоимость товарной единицы производителя равна 720 руб. Норматив рентабельности затрат (продукции) 25%; товар подакцизный: доля акциза составила 40% в отпускной цене без НДС. Розничная надбавка – 25%, надбавка торгового посредника (без налога на добавленную стоимость (НДС)) – 300 руб.

Найти розничную цену товара.

Рекомендуемая литература:

1. Шуляк П.Н. Ценообразование. П 3, 6, 7.
2. Лев М. Ю. Цены и ценообразование. Глава 2..

Тема 3. Законодательные условия ценообразования и государственное регулирование цен.

1. Вопросы для обсуждения:

1. Какие органы власти осуществляют регулирование цен (тарифов) на услуги муниципальных организаций, а также на жилищно-коммунальные услуги?
2. Назовите органы, формирующие и реализующие политику цен на федеральном уровне и на уровне субъектов РФ.
3. Как Вы считаете, почему помимо перечня продукции, цены на которую регулируют исполнительные органы власти субъектов РФ, дополнительно предусмотрен перечень услуг, по которым эти органы могут вводить регулирования цен и надбавок?

4. Какие проблемы лежали в основе изменения в России порядка формирования цен на продукцию предприятий-монополистов в 1990-2000 гг.?
5. Каковы полномочия органов контроля цен местного самоуправления?
6. По каким критериям отличаются методы прямого и косвенного ценового регулирования?
7. Как Вы считаете, почему денежная субсидия на развитие производства является прямым методом регулирования, а по отношению к ценам на продукцию данного предприятия – косвенным методом?

2. Практическое задание.

Задание.

Ситуация. Ваша организация заключает договор на поставку производимого товара в течение 12 месяцев. При этом часть ваших затрат – затраты на комплектующие изделия – зависит от изменения курса рубля по отношению к иностранной валюте (предположим, юаня).

Задание: ответьте письменно на вопросы, используя нормы Гражданского кодекса РФ (глава 30).

1. Можно ли в договоре купли-продажи предусмотреть изменение цены в одностороннем порядке (без дополнительного соглашения) в соответствии с изменением курса рубля?

Допускает ли российское законодательство изменение цены договора купли-продажи без дополнительного соглашения сторон?

2. Следует ли в договоре купли-продажи обязательно прописывать формулу пересмотра цены и какие условия договора необходимы для автоматического изменения цены?

Рекомендуемая литература:

1. Шуляк П.Н. Ценообразование. П 26.
2. Лев М. Ю. Цены и ценообразование. Главы 5-7.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 №14-ФЗ (действующая редакция) // «Собрание законодательства РФ». - 29.01.1996. - №5. - Ст. 410.
4. О естественных монополиях: федер. закон от 17 августа 1995 г. № 147-ФЗ (действующая редакция) // Собрание законодательства РФ, 21.08.1995, № 34, ст. 3426.
5. О защите конкуренции: федер. закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (действующая редакция) // Собрание законодательства РФ, 31.07.2006, № 31 (1 ч.), ст. 3434.
6. О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов): [Электронный ресурс]: постановление Правительства Российской Федерации от 7 марта 1995 г. №239. Доступ из справ.-правовой системы “КонсультантПлюс”.

Фонд тестовых заданий для проведения текущего контроля по разделу I

Тестирование осуществляется с использованием дистанционных образовательных технологий на платформе дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование». Тестовые задания подготовлены на основе учебников и учебных пособий по дисциплине. Выполнение тестовых заданий предоставляет обучающимся возможность самостоятельно контролировать уровень своих знаний, обнаруживать пробелы в знаниях и принимать меры по их ликвидации. Форма изложения тестовых заданий позволяет закрепить и восстановить в памяти пройденный материал.

На выполнение теста отводится установленное ограниченное время. После выполнения теста происходит автоматическая оценка выполнения. Результат

отображается в личном кабинете обучающегося. Повторное прохождение теста лучше осуществлять после дополнительного изучения материалов лекций.

Предлагаемые тестовые задания охватывают узловые вопросы теоретических и практических основ по дисциплине. В тестовых заданиях есть возможность выбора правильного ответа или нескольких правильных ответов из числа предложенных вариантов, ряд тестов предполагает предварительные вычисления для выбора верного ответа. Выполнение тестовых заданий предоставляет студентам возможность самостоятельно контролировать уровень своих знаний, обнаруживать пробелы в знаниях и принимать меры по их ликвидации. Форма изложения тестовых заданий позволяет закрепить и восстановить в памяти пройденный материал. Предлагаемые тестовые задания охватывают узловые вопросы теоретических и практических основ по дисциплине. В тестовых заданиях есть возможность выбора правильного ответа или нескольких правильных ответов из числа предложенных вариантов, а также задания на соответствие и задания с «открытым» вариантом ответа.

Выберите единственный ответ из предложенных вариантов.

1. На какую продукцию регулирование цен не осуществляют Правительство РФ и федеральные органы исполнительной власти:

- 1) электрическая и тепловая энергия, вырабатываемая организациями, поставляющими электрическую энергию на оптовый рынок;
- 2) обслуживание воздушных судов, пассажиров и грузов в аэропортах;
- 3) торговые надбавки к ценам на лекарственные средства, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов;
- 4) предельные надбавки к ценам на лекарственные средства, не включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных средств.

2. Налоговые органы вправе проверять правильность применения цен:

- 1) при совершении внешнеторговых сделок;
- 2) при отклонении более чем на 10% цен от уровня цен сделок по идентичным товарам;
- 3) если хозяйствующий субъект занимает доминирующее положение на рынке;
- 4) при назначении цен предприятиями монополистами.

3. Согласно Гражданскому кодексу РФ, изменение цены после заключения договора допускается только в следующих случаях

- 1) если это предусмотрено договором или законом;
- 2) при продаже гражданам товара длительного пользования в кредит;
- 3) при существенном возрастании стоимости материалов, оборудования и услуг при договоре подряда;
- 4) при ненадлежащем качестве выполненных работ.

4. Государственное регулирование цен вводится в обязательном порядке на продукцию или услуги:

- 1) предприятий- монополистов, если их доля на рынке превышает 50%;
- 2) предприятий, относящихся к естественным монополиям;
- 3) если предприятия допускают установление монопольно низких и высоких цен либо воздействие на цены в результате сговора;
- 4) если установленные цены отклоняются от сопоставимых цен сделок более чем на 20%.

5. Выберите несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

В каком случае при перемещении товаров через таможенную границу РФ взимается налог на добавленную стоимость?

- 1) при помещении под таможенные режимы транзита, таможенного склада;
- 2) при помещении под таможенный режим выпуска для свободного обращения;
- 3) при помещении товаров под таможенный режим реимпорта;

4) при помещении под таможенный режим переработки под таможенным контролем.

6. *Укажите соответствие для каждого нумерованного элемента задания.*

Установите связь между методами государственного регулирования цен и инструментами регулирования:

А) методы прямого регулирования цен; Б) методы косвенного регулирования цен.

- 1) установление предельных нормативов рентабельности;
- 2) введение порядка декларирования цен;
- 3) повышение таможенных пошлин на импортируемую продукцию;
- 4) увеличение акцизов на табачные изделия;
- 5) установление порядка формирования производственных издержек.

Выберите единственный правильный ответ из предложенных вариантов.

7. Стратегия высоких цен может быть представлена в виде:

- 1) стратегии проникновения на рынок;
- 2) стратегии премиального ценообразования;
- 3) стратегии следования за лидером;
- 4) стратегии «справедливого» ценообразования.

8. На стадии роста продаж жизненного цикла изделия:

- 1) затраты растут;
- 2) конкуренция отсутствует;
- 3) потребители не чувствительны к изменению цены;
- 4) возможно применение стратегии и высоких цен, и средних, и низких.

9. Применение стратегии премиального ценообразования рекомендуется при следующих условиях:

- 1) высокой эластичности спроса по цене;
- 2) низкой эластичности спроса по цене.
- 3) низкой доле выигрыша в цене;
- 4) высокой доле выигрыша в цене;
- 5) верны ответы б) и г);
- 6) верны ответы б) и в).

10. Пассивное ценообразование предполагает

1) выбор нейтральной ценовой стратегии, при которой цена не является главным инструментом продвижения товара;

2) установление цен строго на основе затратного подхода или под влиянием решений конкурентов;

3) ориентацию в ценовой политике на удовлетворение запросов покупателей или конкуренцию.

11. Какой из недостатков затратного метода определения цены делает невозможным использование активного подхода к ценообразованию:

1) этот метод ориентируется на бухгалтерские, а не экономические (полные) затраты;

2) как основа определения цены используются средние переменные, а не предельные затраты;

3) величину удельных затрат невозможно определить до того, как цена будет установлена;

4) при выпуске нового товара затраты по отдельным статьям калькуляции себестоимости оценить точно нельзя.

12. Структуру отпускной цены предприятия составляют следующие базисные элементы:

1) себестоимость продукции, прибыль производителя, сбытовая наценка;

2) себестоимость продукции, прибыль производителя, сбытовая наценка, акциз, НДС, торговая наценка;

3) себестоимость продукции, прибыль производителя, оптовая наценка, акциз, НДС.

4) себестоимость продукции, прибыль производителя, НДС.

13. Если покупатель не является рациональным и по какой-то причине недооценивает товар, то экономическую ценность, превышающую рыночную цену, можно представить в виде суммы следующих элементов:

1) максимальная цена покупателя (предельная цена спроса) и представляемый этим покупателем излишек;

2) цена производителя и не идентифицируемая покупателем часть реальной ценности товара;

3) издержки и прибыль производителя, излишек покупателя и неидентифицируемая ценность.

14. Что не соответствует характеристике такого понятия, как экономическая ценность блага:

1) рыночная цена блага не может быть выше этой ценности;

2) определяется как сумма референтной и дифференциальной ценности;

3) это максимальная цена покупателя, имеющего полную информацию о рынке и ищущего наилучшую ценность;

4) это цена лучшего субститута с поправкой на используемое количество и ценность отличительных атрибутов.

15. Предположим, что новое лекарство оказалось в два раза эффективнее используемого ранее. В этом случае экономическая ценность улучшенного образца:

1) будет в два раза выше;

2) будет в два раза выше в том случае, если использование удвоенного количества прежней лекарственной формы даст аналогичный эффект;

в) в любом случае будет выше удвоенной стоимости прежнего лекарства;

3) может быть выше или ниже удвоенной стоимости прежнего лекарства в зависимости от дохода конкретного потребителя.

16. По способу установления цены подразделяются на следующие виды:

1) оптовые, розничные, закупочные;

2) свободные, регулируемые;

3) твердые, с последующей фиксацией, скользящие;

4) биржевые, комиссионные, аукционные.

Выберите два варианта ответа

17. Определите, в каком случае используется затратное ценообразование (*два варианта ответа*):

1) как основа определения цены используются предельные затраты;

2) в качестве отправной точки при формировании цены принимаются переменные затраты на производство единицы товара, средние накладные затраты и удельная прибыль;

3) установление цен таким образом, чтобы это обеспечивало фирме получение большей прибыли за счет достижения выгодного для нее соотношения «ценность/затраты»;

4) установление цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и целевого уровня прибыльности операций.

18. *Впишите ответ самостоятельно:*

В качестве мировых цен на продукцию производственно-технического назначения (приборостроение, станки, оборудование) принимаются _____ цены основных фирм-производителей.

19. Дайте один верный ответ.

Причиной перехода к проектно-ориентированному управлению, предполагающему изменение в ценовой стратегии, является:

- 1) Текущая операционная деятельность
 - 2) Циклические процессы в компании
 - 3) Решение управляющего проектным офисом
 - 4) Видение руководством компании своего будущего развития
20. Выберите несколько вариантов правильного ответа.

К характеристикам проектной деятельности можно отнести:

- 1) Уникальный продукт, услуга, сервис
 - 2) Повторяющийся продукт, услуга, сервис
 - 3) Длительная или неограниченная по времени
 - 4) Возникают новые направления при достижении целей компании
 - 5) Ограниченная во времени
21. Дайте один верный ответ.

В проектный портфель входят:

- 1) Только проекты.
- 2) Программы, не включающие проекты.
- 3) Программы и отдельные проекты.
- 4) План развития компании

22. Расставьте понятия в соответствии с существующей иерархией

- 1) Стратегия
- 2) Миссия
- 3) Цель
- 4) Проект

23. Расставьте действия по управлению рисками проекта в соответствии с существующей иерархией.

Работа с рисками строится по следующему алгоритму:

- 1) Планирование управления рисками
- 2) Мониторинг и управление рисками
- 3) Идентификация рисков
- 4) Качественный и количественный анализ рисков.

Раздел II. Факторы формирования стратегии ценообразования и принятия тактических ценовых решений

Тема 4. Учет рыночных факторов и затрат при разработке ценовой стратегии.

1. Вопросы для обсуждения:

1. Охарактеризуйте три возможных варианта поведения потребителя на рынке: эффект подражания большинству, эффект Веблена, эффект «сноба». Как такое поведение будет отражаться на ценовой чувствительности покупателей?

2. Существует ли среди способов распределения постоянных затрат или накладных расходов более обоснованный?

3. В чём состоит ценовой риск для предприятия (типичный при калькуляции на основе учёта полных затрат), оказавшегося в ситуации, когда приходится недоиспользовать свою производственную мощность?

4. Существуют ли виды косвенных расходов, которые являются переменными затратами?

5. Какие недостатки метода калькуляции на основе учёта полных затрат «снимаются» при использовании системы «директ-костинг»?

6. При каком условии, связанном с производством и реализацией, результат хозяйственной деятельности, рассчитанный при использовании методов полных и частичных затрат оказывается одинаковым?

7. Какая величина соответствует нижней границе цены в краткосрочном плане?
8. В какой ситуации необходимо рассчитывать безубыточный объем продаж, а в какой – критическую цену реализации?
9. Предположим, что фирма устанавливает цену продукта на основе издержек, которая оказывается завышенной; затем принимается решение об установлении цены на основе потребительского спроса. Чем, по-вашему, такой подход будет отличаться от подхода на основе метода целевых плановых издержек?

2. Ситуационный анализ.

Этапы практического занятия (семинара) с использованием метода ситуационного анализа

Первый этап (10 мин): вступительная часть, введение в изучаемую проблему. Ведущий обосновывает актуальность темы, раскрывает ее сложность, степень решения в теории и на практике; указывает связь проблемы с профессиональной деятельностью обучающихся; формулирует цели и задачи занятия.

Ведущий знакомит с организационными особенностями занятий, зачитывает конкретные ситуации. Как правило, учебная группа делится на несколько рабочих (учебных) подгрупп. Он определяет задачи для подгрупп (изучить ситуацию, сформулировать и обосновать свои ответы и решения, подготовиться к публичной защите своего мнения), устанавливает время и режим самостоятельной работы.

Второй этап (15-20 мин): групповая работа над ситуацией. Ведущий наблюдает за работой подгрупп, отвечает на возникающие вопросы, дает рекомендации.

Третий этап (25–35 мин): групповая дискуссия. Представители подгрупп поочередно выступают с сообщением о результатах работы: излагают общее мнение о событии, обосновывают предлагаемую альтернативу решения, отвечают на поставленные вопросы. После выступлений представителей подгрупп начинается общая дискуссия: обсуждение точек зрения и решений; оценка результатов анализа; формирование единого подхода к подобному рода проблемам и путям их решения; выбор наилучшего решения для данной ситуации.

Описание ситуации. Ниже приведен отрывок из книги Ли Якокка – директора завода «Форд», на котором в 1960-е годы был налажен выпуск нового автомобиля «Форд-Мустанг».

«Мы обнаружили, что возник рынок сбыта, предъявляющий спрос на новый тип автомобиля ... Любой автомобиль, который мог бы понравиться этим молодым покупателям, должен был обладать тремя главными свойствами: элегантным внешним видом, высокими эксплуатационными качествами и низкой ценой... Мы поставили себе цель добиться, чтобы ее (новой машины) розничная цена не превышала 2500 долларов при оснащении ее полным комплектом оборудования. Нам надлежало расширить контингент потенциальных клиентов, ибо позволить себе создать этот автомобиль по очень низкой цене можно было только при условии, если мы обеспечим его продажу в очень больших количествах.

Задолго до выпуска «Мустанга» мы уже развернули исследование рыночного спроса. Мы пригласили в демонстрационный зал дизайнера специально подобранную группу из 52 семейных пар, проживавших в районе Детройта. Выяснилось, что на пары, принадлежащие к слою «белых воротничков», большое впечатление произвел внешний облик машины, а пары из среды «синих воротничков» усмотрели в ней символ высокого социального статуса и престижа. Когда мы попросили их высказать предположение о цене автомобиля, почти все они назвали цену, превышавшую как минимум на тысячу долларов намеченную нами цену. Урок был ясен. Когда дело дойдет до выпуска «Мустанга» на рынок, надо будет усиленно подчеркивать его невысокую цену. Вначале мы

предполагали, что в течение первого года можно будет продать 75 тысяч машин. Но вскоре годовая мощность производства «Мустангов» достигла 360 тысяч».

(Источник: Яккока Ли. Карьера менеджера. – М.: Прогресс, 1988.)

Вопросы:

1) Какие факторы, на Ваш взгляд, послужили основой для успеха проекта по выпуску «Форд-Мустанг»? Являлся ли маркетинговые исследования основным или второстепенным фактором?

2) Объясните, почему низкую цену можно было только при условии, если мы обеспечим его продажу в очень больших количествах.

3. Практическое задание.

Вариант 1.

Условие:

Фирма производит два вида товаров. Данные об их количестве и др. приведены в таблице и отражены в строках 1-3.

Необходимо рассчитать цену единицы товара А при том условии, что норма рентабельности затрат (полных) равна 15%. Косвенные расходы (для сравнения) следует распределить пропорционально прямым затратам.

Таблица

Показатели	Товар А	Товар В	Всего
1. Объём производства, единиц	10000	20000	30000
2. Прямые затраты, всего, руб.	20100	42000	62100
3. Накладные (косвенные) издержки, всего, руб.			50000

Вариант 2.

Условие:

Сумма платных источников функционирования организации (T_i) составляет 4000 тыс. руб. Минимальный уровень рентабельности капитала (R) равен 14,5375%.

Исходя из условий спроса на продукцию и производственной мощности предприятия определен объем производства, который предполагает, что полные затраты на производство и сбыт (ТС) составят 3500 тыс. руб., а коммерческая себестоимость единицы товара (C_K) 500 руб.

Найти минимальный норматив рентабельности затрат (R_C) и цену единицы товара (p).

Вариант 3.

Условие.

Маркетинговый анализ рынка показал, что имеется 200 покупателей, заинтересованных в продукции фирмы, из которых 50% готовы приобретать товар в первой половине периода по цене 1000 руб. (оптовая цена для фирмы), а для другой половины покупателей имеет значение не временной период, а уровень цены: они не готовы приобретать товар по цене выше, чем 700 руб.

Мощности фирмы позволяют производить немногим более 200 товарных единиц (ТЕ) за период. Нормативный уровень прибыли от продаж составляет 30 тыс. руб. при постоянных издержках 50 тыс. руб. и переменных издержках на единицу товара 400 руб. Этот уровень прибыли, как показывают расчеты, способна обеспечить реализации 200 ТЕ по цене 800 руб.

Задание. Необходимо определить уровень цены, способной обеспечить получение планируемого финансового результата при данных условиях спроса на рынке.

Рекомендуемая литература:

1. Липсиц, И. В. Ценообразование: учебник и практикум для вузов. главы 2-4.

2. Лев М. Ю. Цены и ценообразование. Главы 3, 9.
3. Ямпольская, Д. О. Ценообразование: учебник для вузов. Глава 1.

Тема 5. Финансовый анализ в процессе принятия стратегических ценовых решений.

1. Вопросы для обсуждения:

1. Что означает термин «точка отсчёта» при принятии ценового решения и как он связан с фазой развития рынка конкретного товара?
2. Чем отличаются понятия безубыточного объёма продаж и безубыточного изменения объёма продаж; что отличает формулы их расчёта?
3. При каких конкретных условиях фирме не следует снижать (повышать) цену вслед за конкурентом?
4. Если фирма уже осуществила инвестиции в дополнительные производственные мощности, то следует ли принимать их в расчёт при а) вычислении условий безубыточности вследствие изменения цены; б) вычислении безубыточного объёма продаж?
5. Следует ли принимать в расчёт квазипостоянные издержки при повышении цены?
6. Какова последовательность действий при решениях об изменении цены: сначала маркетологи изучают рыночные условия, а затем финансисты рассчитывают последствия различных вариантов изменения цен или наоборот?
7. Вычисление условий безубыточности при изменениях цен относится к стратегии, политике или тактике ценообразования?

2. Практическое задание.

Вариант 1.

Опираясь на расчёт безубыточного изменения объёма продаж, вычислите объём превышения минимальной закупочной партии, который позволит фирме-продавцу получить дополнительную прибыль при скидке 5% и маржинальной прибыли на единицу товара 25% от цены.

Вариант 2.

Условие:

Предположим, что некоторая фирма функционирует в развивающейся отрасли. В то же время менеджмент фирмы планирует расширение доли рынка быстрее, чем отрасль в целом, и рассматривает возможность снижения цены на 5% через 1 год для повышения конкурентоспособности и увеличения объёмов продаж. Допустим, что переменные и постоянные издержки на товарную единицу не изменятся.

Результаты деятельности фирмы за типичный месяц следующие:

$Q_{\text{факт.}} = 3690$ ТЕ (фактический объём продаж); p (оптовая цена ТЕ) = 10 ден. ед.; R (выручка) = 32000 ден. ед., AVC (единичные переменные издержки) = 5,50 ден. ед., FC (постоянные издержки) = 15300 ден. ед.

Определить: насколько должен увеличиваться объём продаж, чтобы компания получала прежнюю прибыль после снижения цены?

Рекомендуемая литература:

1. Липсиц, И. В. Ценообразование: учебник и практикум для вузов. Глава 6.
2. Шуляк П.Н. Ценообразование. П. 10, 15.
3. Ямпольская, Д. О. Ценообразование: учебник для вузов. Глава 2.

Тема 6. Выбор метода ценообразования и условия установления окончательной цены.

1 Вопросы к опросу:

- 1.. Методы ценообразования принято сводить в ряд групп. В зависимости от каких основных признаков обычно классифицируют эти группы?
2. Выбор группы метода уже в основном predetermined результатами факторного анализа, развитием на предприятии системы маркетинга и ориентацией руководства на стратегический подход к управлению. От учёта каких дополнительных элементов ценообразования зависит выбор конкретного метода, входящего в ту или иную группу?
3. В чем состоит основное отличие применения затратного метода расчета цены, основанного на основе учёта полных издержек, от затратного подхода к ценообразованию, основанного на учете прямых затрат («директ-костинг»)?
4. Каким образом возникает экономия при уплате налога на прибыль при использовании заемными средствами?
5. Каких правил необходимо придерживаться фирмам при поддержании ценового ряда?
6. В каких случаях оправдано и желательно применение параметрических методов ценообразования? В чём их основные недостатки?
7. Следует ли считать эконометрические методы реализацией затратного или ценностного подхода к ценообразованию?
9. Дайте характеристику и раскройте условия применения различных методов трансфертного ценообразования (методы, ориентированные на издержки производства, на договорные цены и т.д.).
10. Какие условия определяют выбор метода ценообразования, основанного на учете цены конкурента?

2. Практическое задание.

Вариант 1.

Условие. Предприятие проектирует новый продукт. Маркетинговые исследования, в том числе анализ потребительских предпочтений показал, что можно рассчитывать на реализацию 1000 товарных единиц (ТЕ) по целевой цене 100 ден. ед. При данных объемах продаж и имеющемся на предприятии уровне организации и технологий фактические прямые затраты на единицу продукта составили бы 85 ден. ед. Предполагается, что вновь осваиваемый продукт должен иметь рентабельность в 20% от валового дохода с продаж и обеспечивать покрытие 10000 ден. ед. косвенных расходов.

Задание. Обоснуйте расчетами ответ на вопрос: возможна ли реализация проекта при существующих условиях или необходимо скорректировать ценовые параметры продукта?

Вариант 2.

Условие. В команду проекта по разработке нового товара в качестве ответственного за ценообразования был включен экономист компании. В процессе работы над проектом на стадии обоснования возможности инвестиций между маркетологом и экономистом часто возникали споры и ссоры относительно уровня цены на новый товар. Маркетолог настаивал на низкой первоначально низкой цене для расширения рынка и аргументировал это исследованиями спроса. Экономист исходил из необходимости обеспечить плановую прибыль при предполагаемых затратах на производство и реализацию и настаивал на более высокой цене.

Задание. Опишите, какие две ошибочные парадигмы ценообразования лежат в основе этих споров и какой метод ценообразования позволяет преодолеть разногласия?

Рекомендуемая литература:

1. Шуляк П.Н. Ценообразование. П. 17, 20, 21.
2. Лев М. Ю. Цены и ценообразование. Глава 3.

Тема 7. Тактика ценообразования.

7.1 Вопросы для обсуждения:

1. Каковы причины, цели и последствия инициативного снижения цены фирмами при конъюнктурных колебаниях?
2. Когда покупатели могут воспринять положительно повышение фирмой цены?
3. Перечислите основные этапы оценки возможной инфляции и противодействующих мер на уровне фирмы.
4. Назовите способы распределения финансовых рисков между поставщиками и потребителями.
5. Каким образом пиковое ценообразование связано с различием между обратимыми и безвозвратными издержками?
6. Часто отождествляют ценовую дискриминацию, дифференциации цен и сегментирование рынка. В чём заключаются отличия между этими понятиями?
7. Чем отличаются плановые и тактические скидки?
8. На сколько процентов, согласно НК РФ, в сторону повышения или снижения должны отклоняться цены по отношению к ценам в сделках с идентичными товарами (в пределах непродолжительного времени), чтобы налоговые органы получили право проверять правильность применения этих цен?
9. Согласно НК РФ, рыночная цена товара определяется с учётом надбавок и скидок к цене. Какими конкретными факторами могут быть вызваны эти скидки (по положениям НК РФ)?
10. Какие приёмы стимулирования продаж могут применять фирмы при продвижении на рынок нового дорогостоящего оборудования?

2. Разноуровневые задачи и задания.

Задание 1.

Задача.

Фирма-производитель заключила договор с оптовиками о поставке рыбных консервов по цене 27500 руб. за 1 туб (тысяча условных банок) через один год. Но за год заработная плата работников рыбоперерабатывающего завода, которая составляет 30% затрат на производство и реализацию, выросла на 10%, а цена сырья и материалов (60% в затратах) повысилась на 15%.

Задание. Найти цену на момент поставки, если в договоре купли-продажи предусмотрено разделение риска между поставщиком и покупателем и включены скользящие ценовые условия по следующей формуле индексирования:

$$p_t = p_0 \times (a_1 m_{1t} + a_2 m_{2t} + a_3),$$

где p_0 и p_t — это, соответственно, базисная и договорная цена на момент времени t , a_1 и a_2 — доля издержек на сырьё (материалы) и заработную плату в цене, a_3 — доля прибыли в цене, которая, как правило, не подлежит индексированию, m_{1t} и m_{2t} — индекс материальных затрат и индекс затрат на заработную плату к моменту времени t по отношению к базисному периоду.

Задание 2.

Условие:

Экономика находится в течении полугода в условиях рецессии. Ранее фирма осуществляла стратегию премиального ценообразования, предусматривающая продажу высококачественного изделия по высокой цене на стадии зрелости товара. Однако кризисные явления и рост дефицита государственного бюджета обусловили снижение реальных доходов населения и падение объема розничного товарооборота.

В период кризиса с переориентацией спроса и ожесточением конкуренции фирма, реализуя тактические мероприятия, может выбрать одну из альтернатив поведения.

Задания:

Задание 1.. Необходимо заполнить таблицу, используя данные самой таблицы и

ниже приведенную информацию. Задание связано с нахождением соответствия между альтернативами ценовой политики в период кризиса, с одной стороны, и их обоснованиями и последствиями – с другой. При этом достаточно расставить признаки, например: а – 5.3. и т.д., где 5 – это номер графы, а 3 – номер столбца.

Признаки:

- а) сохранение высокого доверия потребителей к фирме притом, что фирма временно готова отдать часть рынка конкурентам;
- б) удерживать цену и снижать потребительскую ценность за счёт качества;
- в) сокращение продаж, но сохранение массы прибыли;
- г) временное сокращение массы прибыли с последующим восстановлением;
- д) усиление конкуренции и требований покупателей;
- е) снизить цену до уровня конкурента с сохранением потребительской ценности;
- ж) снизить цену и потребительскую ценность до уровня конкурента.

1. АЛЬТЕРНАТИВЫ	2. ОБОСНОВАНИЯ	3. ПОСЛЕДСТВИЯ
1.	экономия затрат, снижение расходов на маркетинг	сокращение доли рынка, временное сохранение прибыли
2. повысить цену и ценность за счёт качества и рекламы	необходимость покрытия растущих затрат, что возможно за счёт улучшения качества	
3.	снижение качества оправдано снижением цены как инструмента подавления конкурента	временное сохранение доли рынка и массы прибыли
4. небольшое снижение цены с повышением экономической ценности товара		временное снижение прибыли при дальнейшем росте продаж
5. удерживать цену и Потребительскую ценность, но потерять часть потребителей		сокращение доли рынка и массы прибыли
6. удержать цену при улучшении качества и активных коммуникациях с потребителями	неценовые инструменты маркетинга потребуют меньше затрат	
7.	подавление конкурента ценовой атакой	сохранение объемов продаж при временном снижении прибыли

На основании изложенной информации дайте ответы на следующие вопросы:

1. Необходимо выбрать одну из альтернатив тактического решения с условием того, что для восстановления экономики и товарооборота потребуется несколько лет (2-3 года). Обоснуйте свой выбор.
2. Как бы изменилось Ваше решение, если бы правительство исходило из оптимистического варианта прогноза, согласно которому рецессия закончилась бы в течение 4-6 месяцев?
3. Предположим, что Ваша фирма производит товарную продукцию краткосрочного использования (например, продовольствие). Рынок достаточно конкурентный. Поясните, какие тактические мероприятия Вы бы осуществляли в условиях рецессии, которая бы продолжалась 1,5-2 года. Какие цели: финансовые, рыночные, имиджевые Вы бы считали приоритетными?

Рекомендуемая литературы:

1. Липсиц, И. В. Ценообразование: учебник для вузов. Глава 5.

2. Шуляк П.Н. Ценообразование. П. 11-16, 22-23.
3. Ямпольская, Д. О. Ценообразование: учебник для вузов. Глава 5.

Тема 8. Стратегические и тактические ценовые решения в условиях внешнеэкономической деятельности фирмы.

8.1 Вопросы для обсуждения:

1. Какими основными чертами (особенностями) обладает мировой рынок в сравнении с внутренним с точки зрения ценовой стратегии фирмы?
2. Из каких элементов состоит цена «импортного» товара?
3. Кратко охарактеризуйте виды цен, используемые в международной торговле.
4. Какие поправки используются для приведения конкурентных материалов по ценам к сопоставимому виду?
5. Какова экономическая роль таможенной пошлины и в чем заключается ее влияние на формирование уровня цены?
6. В каком случае при перемещении товаров через таможенную границу РФ не взимается налог на добавленную стоимость и акциз (по подакцизным товарам)?
7. Назовите основные стратегии конкурентного поведения международных компаний? Как в эти стратегии «вписывается» стратегия ценообразования?
8. Какой международный юридический документ регулирует порядок включения транспортных издержек во внешнеторговых ценах?
9. Как определяется таможенная стоимость ввозимых и вывозимых товаров согласно основному методу?

2. Разноуровневые задачи и задания.

Задача 1

Таможенные платежи предприятия определяются следующими условиями: ввозится яблочный сок (электронное декларирование) при условиях поставки DAP согласно ИНКОТЕРМС-2010. Код ТН ВЭД 2009719909. Страна происхождения Республика Молдова. Количество сока 20000 литров. Импортная пошлина (комбинированная) - 8 %, но не менее 0.04 евро за литр; НДС 18%. Таможенная стоимость 6 000 евро. Курс евро 70 руб.

Транспортировка товара до пункта реализации а/м транспортом – 35500 руб.; прочие (управленческие и коммерческие) расходы – 42000 руб.; целевая прибыль (норматив рентабельности продукции (затрат)) – 25%.

Рассчитать цену реализации 1 литра сока.

Задача 2

Условие задачи.

Данные на единицу изделия: отпускная цена завода-изготовителя – 5000 руб.; издержки на перевозку к ж/д. станции – 30 руб., стоимость погрузки в вагон – 12 руб., издержки на перевозку до порта – 40 руб., стоимость погрузочно-разгрузочных работ с доставкой товара к судну – 15 руб., доставка на борт судна и складирование – 10 руб., морской фрахт до порта назначения - € 20 (1€= 40,50 руб.), расходы на коносамент - €2; страхование – 3%, ставка вывозной таможенной пошлины – 0,15 евро за 1 кг; вес единицы изделия – 5,4 кг; таможенная стоимость товара указана в рублях.

Определить согласно условиям «Инкотермс»:

- 1) цену «франко-ж/д вагон» (FCA); 2) цену CIF.

Рекомендуемая литература:

1. Ценообразование в отраслях экономики. Тема 6.
2. Агапова А.В. Ценообразование во внешней торговле.
3. Ямпольская, Д. О. Ценообразование: учебник для вузов. Глава 4.

3. Контрольная работа.

Контрольная работа (КР) предполагает ее самостоятельное выполнение и оформление обучающимися. КР включает вопросы по всем разделам дисциплины. КР включает в себя задачи и служит инструментом проверки знаний и умений обучающихся. При ответе на задачи **необходимо** показывать ход решения и формулы для вычисления значения показателей.

Время выполнения – 90 минут.

Коллоквиум для проведения текущего контроля по разделу 2

Какие недостатки метода калькуляции на основе учёта полных затрат «снимаются» при использовании системы «директ-костинг»?

Какие недостатки метода калькуляции на основе учёта полных затрат «снимаются» при использовании системы «директ-костинг»?

В какой ситуации необходимо рассчитывать безубыточной объём продаж, а в какой – критическую цену реализации?

Предположим, что фирма устанавливает цену продукта на основе издержек, которая оказывается завышенной; затем принимается решение об установлении цены на основе потребительского спроса. Чем, по-вашему, такой подход будет отличаться от подхода на основе метода целевых плановых издержек?

Чем отличаются понятия безубыточного объёма продаж и безубыточного изменения объёма продаж; что отличает формулы их расчёта?

Какие недостатки метода калькуляции на основе учёта полных затрат «снимаются» при использовании системы «директ-костинг»?

В какой ситуации необходимо рассчитывать безубыточной объём продаж, а в какой – критическую цену реализации?

Предположим, что фирма устанавливает цену продукта на основе издержек, которая оказывается завышенной; затем принимается решение об установлении цены на основе потребительского спроса. Чем, по-вашему, такой подход будет отличаться от подхода на основе метода целевых плановых издержек?

Вопросы к коллоквиуму

1. Какие недостатки метода калькуляции на основе учёта полных затрат «снимаются» при использовании системы «директ-костинг»?

2. В какой ситуации необходимо рассчитывать безубыточной объём продаж, а в какой – критическую цену реализации?

3. Предположим, что фирма устанавливает цену продукта на основе издержек, которая оказывается завышенной; затем принимается решение об установлении цены на основе потребительского спроса. Чем, по-вашему, такой подход будет отличаться от подхода на основе метода целевых плановых издержек?

4. Чем отличаются понятия безубыточного объёма продаж и безубыточного изменения объёма продаж; что отличает формулы их расчёта?

5. Если фирма уже осуществила инвестиции в дополнительные производственные мощности, то следует ли принимать их в расчёт при а) вычислении условий безубыточности вследствие изменения цены; б) вычислении безубыточного объёма продаж?

6. Какова последовательность действий при решениях об изменении цены: сначала маркетологи изучают рыночные условия, а затем финансисты рассчитывают последствия различных вариантов изменения цен или наоборот

7. Методы ценообразования принято сводить в ряд групп. В зависимости от каких основных признаков обычно классифицируют эти группы?

8. В чем состоит основное отличие применения затратного метода расчета цены, основанного на основе учёта полных издержек, от затратного подхода к ценообразованию, основанного на учете прямых затрат («директ-костинг»)?

9. Следует ли считать эконометрические методы реализацией затратного или ценностного подхода к ценообразованию? Чем отличаются плановые и тактические скидки?

10. Назовите способы распределения финансовых рисков между поставщиками и потребителями.

11. Какими основными чертами (особенностями) обладает мировой рынок в сравнении с внутренним с точки зрения ценовой стратегии фирмы?

12. Какова экономическая роль таможенной пошлины и в чем заключается ее влияние на формирование уровня цены?

13. Какой международный юридический документ регулирует порядок включения транспортных издержек во внешнеторговых ценах?

Перечень вопросов и заданий, выносимых на экзамен

Вопросы к зачету по дисциплине «Ценовые стратегии компании»

1. Раскройте понятия политики, стратегии, тактики ценообразования. Назовите основные факторы, определяющие выбор стратегии ценообразования.

2. Дайте характеристику этапов разработки ценовой стратегии в условиях проектирования нового продукта и раскройте их содержание.

3. Назовите основные источники информации и данные, необходимые для разработки ценовой стратегии.

4. Охарактеризуйте факторы, влияющие на выбор стратегии премиального («снятия сливок») ценообразования.

5. Дайте характеристику факторам, влияющим на выбор стратегии пониженных цен («ценового прорыва») и нейтральной стратегии.

6. Объясните отличие тактических и стратегических ценовых решений. Ответьте на вопрос, как изменяется процесс ценообразования и экономическая ценность товара в условиях экономического кризиса (подъема).

7. Раскройте состав цены в соответствии со стадиями производства и товародвижения и понятие франкирования цены.

8. Дайте характеристику стратегии сегментированного ценообразования. Поясните, чем эта стратегия отличается от стратегии ступенчатых премий.

9. Дайте характеристику стадиям жизненного цикла товара и поясните их влияние на выбор ценовой стратегии.

10. Назовите критерии отличия и конкретные инструменты методов прямого и косвенного ценового государственного регулирования.

11. Раскройте нормативные правовые основы (законы, постановления, кодексы) регулирования цен в Российской Федерации.

12. Раскройте ценовые риски и охарактеризуйте методы управления риском при установлении цен.

13. Раскройте принципы классификации скидок на плановые и тактические. Приведите конкретные формы тактических скидок и укажите конкретные условия их применения с точки зрения критерия экономической эффективности фирмы..

14. Раскройте принципы классификации затрат фирмы для целей ценообразования.

15. Раскройте понятие, преимущества и недостатки затратных методов ценообразования.

16. Дайте сравнительную характеристику метода ценообразования, основанного на учете полных затрат, и метода прямых затрат («директ-костинг»).
17. Раскройте порядок определения нормативного уровня рентабельности капитала и его интеграции в оптовую цену фирмы.
18. Раскройте особенности применения параметрических (эконометрических) методов ценообразования.
19. Раскройте особенности применения рыночных методов ценообразования.
20. Раскройте основные этапы и принципы процедуры вычисления безубыточного изменения объема продаж.
21. Раскройте особенности и факторы разработки стратегии ценообразования во внешнеторговой деятельности.

Критерии оценивания обучающегося на экзамене

Экзамен	«Отлично» Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки законодательно-нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
	«Хорошо» Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает нормативно-законодательную и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы не вызывают существенных затруднений.
	«Удовлетворительно» Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.

	«Неудовлетворительно» Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом. Как правило, итоговая оценка «неудовлетворительно» ставится магистрантам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине, а их учебные достижения в семестровый период и результаты текущего контроля успеваемости демонстрировали низкую степень овладения программным материалом.
--	---

Таблица 9 – Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
Код и наименование проверяемой компетенции ПК-3: способен организовывать работу исполнителей, критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий				
1.	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите правильные ответы При разработке тактических мероприятий, связанных с изменением цены: 1) решения принимаются исключительно отделом маркетинга и согласуются с руководством фирмы; 2) решения принимаются отделом маркетинга при консультации с отделом бухгалтерии и /или экономическим отделом и согласуются с руководством фирмы; 3) решения принимаются исключительно отделом бухгалтерии и /или экономическим отделом и согласуются с руководством фирмы; 4) решения принимаются исключительно отделом бухгалтерии и /или экономическим отделом при консультации с отделом маркетинга и согласуются с руководством фирмы.	2	1
2		Прочитайте текст, выберите правильные ответы 1. Какое условие не является необходимым для эффективной ценовой дискриминации: 1) разделение покупателей на группы с различной эластичностью спроса; 2) не должно быть ценовой конкуренции со стороны других продавцов;	4	1

		3) потребители не должны иметь возможности перепродажи товара, если он для данного сегмента рынка продается по цене ниже рыночной; 4) должны существовать законодательные ограничения, в том числе такие, которые ограничивают возможность для варьирования цен конкурентами на одном и том же сегменте рынка.		
3		Прочитайте текст, выберите правильные ответы Реактивное ценообразование предполагает 1) выбор нейтральной ценовой стратегии, при которой цена не является главным инструментом продвижения товара; 2) установление цен в зависимости от рыночных условий или под влиянием решений конкурентов; 3) ориентацию в ценовой политике на удовлетворение запросов покупателей или конкуренцию; 4) ориентацию в методах установления цен на затратный подход	2	1
4		Прочитайте текст, выберите правильные ответы Выберите неверное положение. Согласно Гражданскому кодексу РФ, изменение цены после заключения договора допускается только в следующих случаях 1) если это предусмотрено договором или законом; 2) по исполненному договору; 3) при существенном возрастании стоимости материалов, оборудования и услуг при договоре подряда; 4) при ненадлежащем качестве выполненных работ.	2	1-2
5		Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов Дайте несколько правильных ответов. Реальные экспортные и импортные цены могут отличаться от контрактных цен на величину надбавок 1) при заключении любого контракта; 2) при заключении контракта, в котором оговорена цена с последующей фиксацией; 3) при заключении контракта, в котором оговорена скользящая цена; 4) при заключении контракта с твердой фиксированной ценой.	2, 3	1-2
6.	Задание открытого	Прочитайте текст и напишите развернутый ответ на вопрос Маркетинговые исследования	Ответ: Ценообразование, ориентированное на потребителя, заключается в удовлетворении	10-12

	типа	показали, что цены спроса позволяют нарастить объемы продаж выпускаемого нестандартного (по сравнению с аналогами) товара. Анализ приростных затрат показывает, что это приведет к росту прибыли. Необходимо дать развернутый ответ: прежде чем убеждать руководство фирмы в необходимости снижения цены, что необходимо учесть, чтобы избежать недостатков ценообразования, ориентированного на потребителя?	запросов покупателей на основе их готовности заплатить за товар, чтобы решить задачу роста объемов продаж. Это приводит фирму к «ловушке ценообразования» – ситуации, когда цена соответствует готовности покупателей платить, а не реальной экономической ценности продукта. Максимальная разница между ценностью товара для покупателя, которую он согласен оплатить, и затратами, на которые должна пойти фирма, чтобы изготовить требуемый товар, возникает при повышении готовности клиентов платить (с помощью методов маркетинга), а также при управлении затратами. Поэтому следует выяснить, не обойдутся ли дешевле фирме продвижение товара с помощью роста цен спроса.	
7.		Прочитайте текст и напишите развернутый ответ на вопрос Предположим, Вы собрали информацию о ценах конкурентов и для увеличения прибыли предлагаете снизить цену для увеличения доли рынка. При этом затраты и эластичность спроса это допускают. Какая ошибочная парадигма лежит в основе такого решения?	Ответ: Ценообразование, ориентированное на конкуренцию, предполагает использование цены для увеличения доли рынка, чтобы фирма могла получить конкурентные преимущества. Но цены должны снижаться лишь тогда, когда ценность товаров фирмы оказывается ниже, чем у предлагаемых конкурентами товаров. Иначе в долгосрочном периоде из-за насыщения рынка или роста затрат даже при росте массы прибыли рентабельность собственного капитала будет снижаться.	5-7
8.		Прочитайте текст, решите задачу, запишите расчеты и решение задачи Предположим, что некоторая фирма функционирует в развивающейся отрасли. В то же время менеджмент фирмы планирует расширение доли рынка быстрее, чем отрасль в целом, и рассматривает возможность снижения цены на 5% через 1 год для повышения конкурентоспособности и увеличения объемов продаж. Допустим, что переменные и постоянные издержки на товарную единицу не изменятся. Результаты деятельности фирмы за типичный месяц следующие: Qфакт. = 3690 ТЕ (фактический объем продаж); p (оптовая цена ТЕ) = 10 ден. ед.; R (выручка) = 32000 ден. ед., AVC (единичные переменные издержки) = 5,50 ден. ед., FC (постоянные издержки) = 15300 ден. ед.	Решение. Величину минимального прироста продаж, необходимую для сохранения прежней суммы прибыли по VC после изменения цены можно вычислить по формуле: $BSC_p = \frac{-\Delta P}{d + \Delta P},$ где BSC_p – безубыточный прирост продаж в результате изменения цены (break-even sales change) в %; ΔP – изменение цены (знак «минус» означает обратную зависимость между ценой и объемом, поэтому частное при снижении цены будет со знаком «плюс»); d – маржа прибыли по переменным издержкам в цене товара (удельный выигрыш). Следовательно, по условию задачи: $BSC_p = \frac{-(-0,50)}{4,50 + (-0,50)} = \frac{0,50}{4,00} = 0,125(\times 100\%), или 12,5\%$	12-15

		Определить: насколько должен увеличиваться объём продаж, чтобы компания получала прежнюю прибыль после снижения цены?	. Тот же результат можно получить, используя в формуле величины, выраженные в процентах: $BSCp = \frac{-(-5)}{45 + (-5)} = 0,125, \text{ или } 12,5\%$	
9		Прочитайте текст и напишите развернутый ответ на вопрос Ситуация. Ваша организация заключает договор на поставку производимого товара в течение 12 месяцев. При этом часть ваших затрат – затраты на комплектующие изделия – зависит от изменения курса рубля по отношению к иностранной валюте (предположим, юаня). Задание: можно ли в договоре купли-продажи предусмотреть изменение цены в одностороннем порядке (без дополнительного соглашения) в соответствии с изменением курса рубля?	Изменение цены договора купли-продажи после заключения договора, как и в случае с другими договорами, допускается в случаях и на условиях, предусмотренных договором, законом либо в установленном законом порядке. В нормах Гражданского кодекса РФ о купле-продаже запрета на увеличение продавцом цены нет. Это значит, что стороны в силу принципа свободы договора могут согласовать, в частности, право продавца на одностороннее повышение цены. При этом можно предусмотреть случаи, когда это повышение возможно, и установить пределы повышения.	12-15
10		Прочитайте текст, решите задачу, запишите расчеты и решение задачи Фирма функционирует в развивающейся отрасли при росте рынка на 25% в год и рассматривает возможность повышения цены на 10% через 1 год. Результаты деятельности фирмы за типичный месяц текущего года: $Q_{\text{факт}} = 640$ ТЕ (фактический объём продаж в товарных единицах); p (цена ТЕ) = 26 ден. ед.; $AVC = 8,5$ ден. ед. $FC = 10000$ ден. ед. Задание: Рассчитать безубыточное изменение объёма продаж в процентах и товарных единицах при повышении цены. Объясните полученный результат.	Точка отсчета $640 \text{ ТЕ} * 125\% = 800 \text{ ТЕ}$ (объём производства через год). Безубыточное изменение объёма продаж: $2,6 / (26 - 8,5) + 2,6 = 12,94\% (13\%)$. $B \text{ ТЕ} = 800 * 12,93\% = 103,52 = 104 \text{ ТЕ}$. То есть, фирма может снизить объёмы производства и продаж на 13 %, или на 104 товарные единицы и при этом сохранить прежнюю прибыль.	10-12
Код и наименование проверяемой компетенции ПК-5: способен собирать, анализировать исходные данные, рассчитывать экономические и социально-экономические показатели деятельности экономических агентов, а также обосновывать и представлять результаты расчетов в соответствии с принятыми стандартами и нормативно-правовой базой				
1.	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите несколько вариантов ответа Вам необходимо обосновать условие изменение цены в договоре купли-продажи, рассчитанном на три года. При этом производство вашего товара включает импортируемые материалы. В этом случае, Для этого Вы будете использовать информацию из	1, 2	2

	следующих источников: 1) прогноз социально-экономического развития страны; 2) основные направления единой денежно-кредитной политики; 3) стратегию социально-экономического развития; 4) статистические данные центрального банка.		
2	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа Какой социально-экономический показатель или тенденция его изменения учитываются при выборе стратегии ценообразования на продукцию производственно-технического назначения 1) индексы цен; 2) уровень занятости и безработицы; 3) инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности; 4) ключевая ставка центрального банка.	2	1
3	Дайте несколько ответов. Применение стратегии премиального ценообразования рекомендуется при следующих условиях: 1) высокой эластичности спроса по цене; 2) низкой эластичности спроса по цене. 3) низкой доле маржинальной прибыли в цене; 4) высокой доле маржинальной прибыли в цене	2, 3	1
4	Прочитайте текст, выберите несколько вариантов ответа Какую информацию необходимо получить для обоснования предоставления покупателям тактической скидки на товар 1) какова возможная реакция конкурентов; 2) какова предполагаемая эластичность спроса по цене; 3) каков эффект объема при снижении цен исходя из анализа затрат; 4) не будет ли противоречить уровень цены положениям ФЗ «О защите конкуренции».	2, 3	2
5	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа В качестве мировых цен на продукцию производственно-технического назначения (приборостроение, станки, оборудование) принимаются: 1) цены каталогов торговых фирм; 2) внутренние оптовые цены в странах с емким рынком;	4	1

		3) биржевые котировки на крупнейших биржах; 4) экспортные цены основных фирм-производителей.		
6.	Задание открытого типа	Прочитайте текст, решите задачу, запишите расчеты и решение задачи Условие задачи. Сумма платных источников функционирования организации (T_i) составляет 4000 тыс. руб. Минимальный уровень рентабельности капитала (R) равен 14,5375%. Исходя из условий спроса на продукцию и производственной мощности предприятия определен объем производства, который предполагает, что полные затраты на производство и сбыт (ТС) составят 3500 тыс. руб., а коммерческая себестоимость единицы товара (C_k) 500 руб. Найти минимальный норматив рентабельности затрат (R_c) и цену единицы товара (p).	Решение. 1) Нам известна величина капитала и задан минимальный уровень его рентабельности, значит, можно определить целевую массу прибыли от продаж (Π_{π}), которая обеспечит погашение процентных выплат по кредитам и получение прибыли, отражающей доходность собственного капитала: $\Pi_{\pi} = R \times T_{\pi} = 4000 \times 0,145375 = 581,5 \text{ (тыс.руб.)}$ 2) Зная величину целевой прибыли и общих затрат на производство и сбыт, определим рентабельность затрат (продукции): $R_c = \frac{\Pi_{\pi}}{TC} = \frac{581,5}{3500} \times 100\% \approx 16,6\%$ 3) Рассчитаем цену единицы товара: $p = C_k \times (1 + R_c) = 500 \times (1 + 0,166) = 583 \text{ (руб.)}$	12-15
7.		Прочитайте текст, решите задачу, запишите расчеты и решение задачи Структура капитала фирмы согласно балансу: заёмный капитал – 50%; издержки по заёмному капиталу: средневзвешенная процентная ставка – 20%; система налогообложения – основная: налог на прибыль – 20%. Издержки по собственному капиталу: доход по безрисковым вложениям – 7%, премия за риск – 8%. Фактические результаты функционирования фирмы в рассматриваемом периоде: активы фирмы – 14000 тыс. ден. ед.; валовые (совокупные) издержки – 13000 тыс. ден. ед.; выручка от продаж = 15000 тыс. ден. ед. Задание: показать с помощью расчетов, являются ли фактические финансовые результаты достаточными для обеспечения нормативного (необходимого) уровня прибыли?	Решение. Реальные издержки по кредиту $20\% \times 0,8 = 16\%$. Доход на собственный капитал: 15%. WACC до учета налога = $(15\% + 16\%)/2 = 15,5\%$ (так как структура пассивов 50/50). После учета налога на прибыль $15,5\% / 0,8 = 19,375\%$. Необходимая прибыль 14 млн. * $19,375\% = 2\,712\,500$ руб. По условию, фирма получила прибыль 15 млн. – 13 млн. = 2 000 тыс. руб. То есть факт по прибыли занижен. Можно использовать другой способ - обосновать через норматив рентабельности активов. Для этого сумму полученной прибыли 2 млн. руб. разделим на активы 14 млн. руб. Получим 14,29%, что ниже плановых 19,38%.	12-15
8.		Практическое задание. Предположим данные маркетингового исследования показали, что кривая спроса более эластична, чем построенная вами на основании изменения цены и затрат кривая безубыточности продаж. Вам	Ответ: Если спрос более эластичен, чем кривая безубыточности, то более низкие цены по сравнению с исходной ценой приведут к росту прибыльности. При снижении цены нужно будет больше производить,	7-9

		необходимо обосновать изменение цены для увеличения прибыльности фирмы: какой уровень цен по сравнению с исходной ценой (более высокий или более низкий) будет способствовать достижению цели, и стоит ли при этом учитывать изменение постоянных затрат?	чтобы покрыть снижение цены за счет роста продаж. При построении кривой безубыточности продаж уже должно учитываться изменение постоянных затрат, но только для получения прежней прибыли. Поэтому следует проанализировать изменение постоянных затрат при большем выпуске, чем при построении кривой безубыточности.	
9		Прочитайте текст, решите задачу, запишите расчеты и решение задачи Себестоимость товарной единицы производителя равна 720 руб. Норматив рентабельности затрат (продукции) 25%; товар подакцизный: доля акциза составила 40% в отпускной цене без НДС. Розничная надбавка – 25% □ надбавка торгового посредника (без налога на добавленную стоимость (НДС)) – 300 руб. Задание: Найти розничную цену товара.	Решение. Себестоимость товарной единицы производителя равна 720 руб. Норматив рентабельности затрат (продукции) 25%, следовательно, оптовая цена составит $720 \cdot 1,25 = 900$ руб. Поскольку товар подакцизный, и акциз составляет 40% в отпускной цене без НДС, то эта цена без НДС составит 1500 ($900 / (1 - 0,4)$). С НДС цена $1500 \cdot 1,20 = 1800$. Надбавка посредника 300 руб., значит, отпускная цена посредника без его НДС составит $1800 + 300 = 2100$. Но следует учесть и добавить НДС 60 руб. То есть, отпускная цена посредника с НДС составит 2160 руб. Надбавка розницы в % по условию 25%. Значит, отпускная цена розницы $2160 \cdot 1,25 = 2700$ руб.	12-15
10.		Решите задачу. Условие задачи. Данные на единицу изделия: отпускная цена завода-изготовителя – 5000 руб.; издержки на перевозку к ж/д. станции – 30 руб., стоимость погрузки в вагон – 12 руб., издержки на перевозку до порта – 40 руб., стоимость погрузочно-разгрузочных работ с доставкой товара к судну – 15 руб., доставка на борт судна и складирование – 10 руб., морской фрахт до порта назначения - € 20 (1€= 40,50 руб.), расходы на коносамент - €2; страхование – 3%, ставка вывозной таможенной пошлины – 0,15 евро за 1 кг; вес единицы изделия – 5,4 кг; таможенная стоимость товара указана в рублях. Определить согласно условиям «Инкотермс»: 1) цену «франко-ж/д вагон» (FCA); 2) цену CIF.	Решение: 1) Цена по условиям FCA равна Далее следует найти промежуточные цены: 2) Цена по условиям FAS равна по условиям FOB: по условиям CFR: 3) Цена по условиям CIF равна	12-15

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины (модуля).

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Формой текущего контроля знаний студента являются тестирование, разноуровневые задачи и задания, анализ конкретной ситуации, кейс-задача, практическое задание, коллоквиум. Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом по очной форме обучения: *экзамен*.

Общая оценка учебных достижений студента в семестре по учебному курсу определяется как сумма баллов, полученных студентом по различным формам текущего контроля в течение данного семестра. После окончания семестра студент, набравший менее 60 баллов по всем видам текущего контроля считается неуспевающим.

По одному и тому же виду оценочного средства выводится средний балл по 100-балльной шкале в соответствии с таблицей 12. При суммировании средних баллов по различным видам оценочных средств учитывается весовой коэффициент каждого вида оценочного средства.

Таблица 10 – Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине

№ п/п	Вид оценочного средства	Критерии оценивания (см. критерии в п.7.2)	Максимальный балл (соответствует весу в общей оценке)
Основной блок			
1.	<i>Устный ответ на занятии (групповое собеседование), активное участие в ситуационном анализе весовой коэффициент 0,5</i>	Критерии оценивания устных ответов на вопросы преподавателя по теме занятия: правильность и полнота устного ответа согласно плану семинарского занятия, аргументированность позиции	5
2.	<i>Тестирование (ДОТ), весовой коэффициент 0,05</i>	Контрольный тест по разделу 1. Правильные ответы на вопросы теста.	5
4.	<i>Письменные ответы на разноуровневые задачи и задания, весовой коэффициент 0,05</i>	Правильное решение, грамотные пояснения.	5
5.	<i>Практическое задание весовой коэффициент 0,2</i>	Грамотное выполнение заданий в соответствии с условием и вопросами	20
6.	<i>Коллоквиум весовой коэффициент 0,05</i>	Правильность и полнота устного ответа согласно плану семинарского занятия, аргументированность позиции	5
Всего			40
Блок бонусов			
7.	<i>Посещение занятий</i>		5
8.	<i>Своевременное выполнение всех заданий</i>		5
Всего			10
Дополнительный блок			

9	Экзамен, весовой коэффициент 0,5		50
Всего			50
ИТОГО баллов за курс:			100

Таблица 11 – Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
<i>Опоздание на занятие</i>	- 2
<i>Нарушение учебной дисциплины</i>	- 3
<i>Пропуск занятия без уважительной причины</i>	- 5

Таблица 12 – Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	Зачтено
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69		
60–64	3 (удовлетворительно)	
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено

При реализации дисциплины в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Основная литература:

1. Липсиц, И. В. Ценообразование: учебное пособие для вузов / И. В. Липсиц. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 160 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15650-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536917> (Образовательная платформа ЮРАЙТ).

2. Ценообразование в отраслях экономики: учебник и практикум для вузов / под редакцией Т. Г. Касьяненко. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16680-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544943> (Образовательная платформа ЮРАЙТ).

3. Ямпольская, Д. О. Ценообразование: учебник для вузов / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11197-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540013> (Образовательная платформа ЮРАЙТ).

б) Дополнительная литература:

1. Шуляк, П. Н. Ценообразование: учебно-практическое пособие / П. Н. Шуляк. — 13-е изд. — Москва: Дашков и К, 2018. — 193 с. — ISBN 978-5-394-01387-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL:

<https://www.iprbookshop.ru/85306.html> (ЭБС IPR SMART).

2. Лев, М. Ю. Цены и ценообразование [Электронный ресурс] / М. Ю. Лев. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 382 с. URL: <http://www.iprbookshop.ru/81589.html> (ЭБС IPR SMART).

3. Агапова, А. В. Ценообразование во внешней торговле / Агапова А. В. - Санкт-петербург: ИЦ Интермедия, 2017. - 134 с. - ISBN 978-5-4383-0121-9. - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785438301219.html> (ЭБС «Консультант студента»).

4. Алиев, А. Т. Теория, методология и практика ценообразования в промышленности: монография / Алиев А. Т. , Веснин В. Р. , Слепов В. А. - 2-е изд. – Москва: Дашков и К, 2020. - 125 с. - ISBN 978-5-394-03701-6. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394037016.html> (ЭБС «Консультант студента»).

5. Ямпольская, Д.О., Ценообразование в условиях рынка [Электронный ресурс] / Ямпольская Д.О. - М.: Международные отношения, 2015. - 192 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785713315085.html> (ЭБС «Консультант студента»).

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины:

- Образовательная платформа ЮРАЙТ;
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента» www.studentlibrary.ru;
- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR SMART www.iprbookshop.ru;
- Справочная правовая система КонсультантПлюс.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Лекционные и практические занятия:

- аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютер (ноутбук), звуковые колонки, микрофон (в случае количества студентов более 80 человек);
- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет
- для самостоятельной работы студенту предоставляется доступ к библиотеке, читальному залу, залу открытого доступа к сети Интернет, ПК.

Рабочая программа дисциплины при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).