*Набор 2021 г.*

Министерство спорта Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Московская государственная академия физической культуры»

Кафедра управления, экономики и истории физической культуры

|  |  |
| --- | --- |
| СОГЛАСОВАНО  Начальник Учебно-  методического управления  к.п.н. А.С. Солнцева  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  «15» июня 2021 г. | УТВЕРЖДЕНО  Председатель УМК  проректор по учебной работе  к.п.н., профессор А.Н Таланцев  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  «15» июня 2021 г. |

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»**

**Б1.В.07**

**Направление подготовки**

**38.03.02 «МЕНЕДЖМЕНТ»**

**ОПОП:**

*«Менеджмент организации»*

**Квалификация выпускника**

*бакалавр*

**Форма обучения**

очная

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| СОГЛАСОВАНО  Декан социально-педагогического факультета,  к.психол.н., доцент  \_\_\_\_\_\_\_\_В.А. Дерючева |  | Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры (протокол №16 от  «26» мая 2021 г.)  Заведующий кафедрой, д.п.н., профессор  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Починкин А.В. |

**Малаховка 2021**

Рабочая программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки «Менеджмент» 38.03.02, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 970 от 12 августа 2020 года (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 25 августа 2020 г. N регистрационный номер № 59449).

**Составитель рабочей программы:**

Симанис Ю.Н., ст. преподаватель

кафедры управления, экономики и

истории физической культуры и

спорта ФГБОУ ВО МГАФК

**Рецензенты:**

Барышова М.А., ст. преподаватель

кафедры управления, экономики и

истории физической культуры и

спорта ФГБОУ ВО МГАФК

Верстина Н.Г., д.э.н., профессор,

заведующий кафедрой

«Менеджмент и инновации»

ФГБОУ ВО МГСУ

**Ссылки на используемые в разработке РПД дисциплины профессиональные стандарты (в соответствии с ФГОС ВО 38.03.02):**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Код ПС | Профессиональный стандарт | Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ | Аббрев. исп. в РПД |
| 08 Финансы и экономика | | | |
| 8.006 | **Специалист по внутреннему контролю (внутренний контролер)** | Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 30 августа 2018 года N 564н (Зарегистрировано в Минюсте России 17.09. 2018 N 52177) | **СВК** |
| 40 Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности | | | |
| 40.033 | **Специалист по стратегическому и тактическому планированию и организации производства** | Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 8 сентября 2014 г. N 609н (в редакции, введенной в действие с 20 января 2019 года приказом Минтруда России от 14 декабря 2018 года N 807н.) Зарегистрировано в Минюсте Российской Федерации 30 сентября 2014 года, N 34197 | **ССТП** |

**1. Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:**

**УК-2** – способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

**ПК-1** - Способен к организации и планированию работы структурного подразделения организации.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Соотнесенные профессиональные стандарты | Формируемые компетенции |
| **Знания:**  - Сущность цены как экономической категории, состав, структуру и функции цены  **Умения:**  - Определять ценовую стратегию предприятия с учетом специфики его деятельности и структуры рынка  **Навыки и/или опыт деятельности:**  - специальной терминологией настоящей учебной дисциплины | **СВК 08.006**  ***С/6***  Руководство структурным подразделением внутреннего контроля    **ССТП 40.033**  ***А/6***  Тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха) | *УК-2* |
| **Знания:**  -- Систему ценообразующих факторов и их роль в практике ценообразования  **Умения:**  - Принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства  **Навыки и/или опыт деятельности:**  - Инструментарием статистики цен | *ПК-1* |

1. **Место дисциплины в структуре образовательной программы:**

Дисциплина в структуре образовательной программы относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается  
в **4 семестре**.

Вид промежуточной аттестации: **экзамен.**

1. Объем дисциплины и виды учебной работы:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид учебной работы | | Всего часов | семестры |
| 4 |
| **Контактная работа преподавателя с обучающимися** | | **36** | **36** |
| В том числе: | |  |  |
| Лекции | | 12 | 12 |
| Семинары | | 24 | 24 |
| Подготовка к экзамену | | 18 | 18 |
| Промежуточная аттестация | | экзамен | + |
| **Самостоятельная работа студента** | | **54** | **54** |
| **Общая трудоемкость** | **часы** | **108** | **108** |
| **зачетные единицы** | **3** | **3** |

1. **Содержание дисциплины:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  п/п | Тема (раздел) | Содержание раздела |
| 1 | Предмет и задачи дисциплины | Роль дисциплины в подготовке срециалистов. Определение ценообразования. Особенности, значение дисциплины, ее связь с другими экономическими науками. Объект изучения, методы и задачи дисциплины. |
| 2 | Экономическое содержание цены | Затратная теория цены, маргинальная теория цены, концепция выявленных предпочтений. Функции цены: учетная, стимулирующая, распределительная, сбалансирования спроса и предложения, рационального размещения производства. Виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения (оптовые цены промышленности, закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию, цены на строительную продукцию, транспортные тарифы, розничные цены и т.п.). |
| 3 | Формирование цен на макроуровне | Закон стоимости и система экономических законов товарно-денежных отношений. Действие рыночного механизма, системы стоимостных категорий. Цены и процесс воспроизводства. Факторы, формирующие ОНЗТ: уровень техники и технологии, уровень организации производства, квалификация и оборудование и др. Общественно необходимое рабочее время. Абстрактный труд. Конкретный труд. Сложный труд. Живой и овеществленный труд. Факторы формирования цен: соотношение спроса и предложения, социальные, мода и престижность, национальные и климатические особенности и другие. Факторы и показатели инфляции. Индексы потребительских цен. Инфляция издержки, импортированная инфляция, инфляция и представительская экономика, инфляция как действие монополистов на рынке |
| 4 | Стратегия ценообразования на основе маркетинга | Спрос, предложение, товар. Динамика предложения, эластичность спроса. Информация о рынке, конкурентах, правительственной политике, ценах, затратах. Полезность. Ценностное ценообразование. Стратегия «снятия сливок», стратегия «прочного проникновения на рынок», позиционирование товара, установление цен в рамках товарного ассортимента. Стадии жизненного цикла товара. Престижная цена, скользящая (падающая) цена, долговременная, гибкая, договорная. |
| 5 | Методология ценообразования на предприятии | Выбор целей ценовой политики. Затратное ценообразование. Классификация затрат: по однородным экономическим элементам затрат; по калькуляционным статьям расходов; по признаку целесообразности: производственные и непроизводственные; по характеру связи с объемом производства: переменные и постоянные. Методика ценообразования «средние издержки плюс прибыль». Расчет целевой прибыли. Недостатки «затратного ценообразования». Удельные параметры. Цена балла. Преимущества и недостатки метода. Налог на прибыль. Акцизы. Налог на добавленную стоимость. Таможенные пошлины |
| 6 | Государственное регулирование цен | Либерализация цен. Вопросы социальной справедливости, стабильности, эффективности и уровень цен. Экономические методы, реализуемые через финансовобюджетную, кредитную, валютную, таможенную, налоговую политику государства. Административные методы: надбавки, предельный уровень рентабельности, коэффициент изменения цен и тарифов, декларирование и другие. Федеральные и региональные органы контроля за ценами. Естественные монополии. Прямое установление цен на продукцию естественных монополий. |

1. **Разделы дисциплины и виды учебной работы:**

*очная форма обучения*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование разделов дисциплины | Виды учебной работы | | | Всего  часов |
| Л | СЗ | СРС |
| 1 | Предмет и задачи дисциплины | 2 | 2 | 4 | 8 |
| 2 | Экономическое содержание цены | 2 | 6 | 8 | 16 |
| 3 | Формирование цен на макроуровне | 2 | 4 | 10 | 16 |
| 4 | Стратегия ценообразования на основе маркетинга | 2 | 4 | 10 | 16 |
| 5 | Методология ценообразования на пр | 2 | 4 | 10 | 16 |
| 6 | Государственное регулирование цен | 2 | 4 | 10 | 16 |
| Подготовка к экзамену | | | | | **18** |
| Всего: | | | | | **108** |

**6. Учебно-методическое и информационно-коммуникационное обеспечение дисциплины**

**Основная литература**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Кол-во экземпляров | |
| библиотека | кафедра |
| 1. | Маркетинговое ценообразование и анализ цен : учебное пособие / Л.А. Данченок [и др.].. — Москва : Евразийский открытый институт, 2008. — 180 c. — ISBN 978-5-374-00225-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/10713.html (дата обращения: 27.06.2021). | 1 | - |
| 2. | Лев М.Ю. Цены и ценообразование : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Мировая экономика», «Налоги и налогообложение» / Лев М.Ю.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 382 c. — ISBN 978-5-238-02643-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/81589.html (дата обращения: 27.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 | - |

* 1. **Дополнительная литература**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Кол-во экземпляров | |
| библиотека | кафедра |
| 1. | Барышев А. Ф. Маркетинг : учебник / А. Ф. Барышев. - 2-е изд., стереотип. - М. : Академия, 2003. - 207 с. : ил. - (Среднее профессиональное образование). - Библиогр.: с. 206 | 25 | - |
| 2. | Алексеев С.В. Спортивный маркетинг. Правовое регулирование [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Маркетинг», «Юриспруденция» и «Физическая культура и спорт»/ Алексеев С.В.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 647 c.— Режим доступа: [http://www.iprbookshop.ru/81564.html.— ЭБС «IPRbooks»](http://www.iprbookshop.ru/81564.html.—%20ЭБС%20) | 1 | - |
| 3. | Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Мазилкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2012.— 197 c.— Режим доступа: [http://www.iprbookshop.ru/4983.html.— ЭБС «IPRbooks»](http://www.iprbookshop.ru/4983.html.—%20ЭБС%20) | 1 | - |

* 1. **Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Кол-во экземпляров | |
| библиотека | кафедра |
| 1. | Лунева Е.А. Современные маркетинговые технологии [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лунева Е.А.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный технический университет, 2017.— 112 c.— Режим доступа: [http://www.iprbookshop.ru/78471.html.— ЭБС «IPRbooks»](%20http:/www.iprbookshop.ru/78471.html.—%20ЭБС%20) | 1 | - |
| 2. | Пичурин И.И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг»/ Пичурин И.И., Обухов О.В., Эриашвили Н.Д.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 383 c.— Режим доступа: [http://www.iprbookshop.ru/71036.html.— ЭБС «IPRbooks»](http://www.iprbookshop.ru/71036.html.—%20ЭБС%20) | 1 | - |

**7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет». Информационно-справочные и поисковые системы. Современные профессиональные базы данных.**

1. Электронная библиотечная система ЭЛМАРК (МГАФК) <http://lib.mgafk.ru>
2. Электронно-библиотечная система Elibrary <https://elibrary.ru>
3. Электронно-библиотечная система IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru>
4. Электронно-библиотечная система «Юрайт» <https://biblio-online.ru>
5. Электронно-библиотечная система РУКОНТ <https://rucont.ru/>
6. Министерство образования и науки Российской Федерации <https://minobrnauki.gov.ru/>
7. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки <http://obrnadzor.gov.ru/ru/>
8. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>
9. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru>
10. Федеральный центр и информационно-образовательных ресурсов <http://fcior.edu.ru>
11. **Материально-техническое обеспечение дисциплины:** 
    1. *Перечень специализированных аудиторий (спортивных сооружений), имеющегося оборудования и инвентаря, компьютерной техники*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п\п** | **Наименование дисциплины**  **в соответствии**  **с УП** | **Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы** | **Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы** |
| 1 | Цены и ценообразование | Аудитория для проведения занятий лекционного типа (лекционный зал № 1, № 2) | Электронно-интерактивная доска, мультимедийное оборудование, колонки для усиления звука, микрофоны, экран, демонстрационные учебно-наглядные пособия |
| Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, текущей и промежуточной аттестации (1-101) | Мультимедийное оборудование, экран, демонстрационные учебно-наглядные пособия |
| Аудитория для групповых и индивидуальных консультаций  (1-216) | Компьютер с выходом в интернет, МФУ, учебно-методическая литература |
| Помещение для самостоятельной работы (1-216) | Компьютер с выходом в интернет, МФУ, учебно-методическая литература |

* 1. *Программное обеспечение:*

В качестве программного обеспечения используется офисное программное обеспечение с открытым исходным кодом под общественной лицензией GYULGPL Libre Office или одна из лицензионных версий «Microsoft Office».

Для контроля знаний обучающихся используется «Программный комплекс для автоматизации процессов контроля текущей успеваемости методом тестирования и для дистанционных технологий в обучении», разработанный ЗАО «РАМЭК-ВС».

*8.3 Изучение дисциплины инвалидами и обучающимися с ограниченными возможностями здоровья* осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья обучающихся. Для данной категории обучающихся обеспечен беспрепятственный доступ в учебные помещения Академии. Созданы следующие специальные условия:

*8.3.1. для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:*

*-* обеспечен доступ обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими к зданиям Академии;

- электронный видео увеличитель "ONYX Deskset HD 22 (в полной комплектации);

**-** портативный компьютер с вводом/выводом шрифтом Брайля и синтезатором речи;

**-** принтер Брайля;

**-** портативное устройство для чтения и увеличения.

*8.3.2. для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:*

*-* акустическая система Front Row to Go в комплекте (системы свободного звукового поля);

*-* «ElBrailleW14J G2;

**-** FM- приёмник ARC с индукционной петлей;

- FM-передатчик AMIGO T31;

- радиокласс (радиомикрофон) «Сонет-РСМ» РМ- 2-1 (заушный индуктор и индукционная петля).

*8.3.3. для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:*

*-* автоматизированное рабочее место обучающегося с нарушением ОДА и ДЦП (ауд. №№ 120, 122).*Приложение к рабочей программе дисциплины*

*«Цены и ценообразование»*

Министерство спорта Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Московская государственная академия физической культуры»

Кафедра управления, экономики и истории физической культуры и спорта

УТВЕРЖДЕНО

решением Учебно-методической комиссии

протокол № 8/21 от «15» июня 2021 г.

Председатель УМК,

проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.Н. Таланцев

**Фонд оценочных средств**

**по дисциплине**

**«ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»**

**Направление подготовки**

[**38.03.02**](http://mgafk.ru/uchebnie_materiali/download/034300.62annotatsiioop.pdf) **«МЕНЕДЖМЕНТ»**

**ОПОП:**

*«Менеджмент организации»*

**Квалификация выпускника**

*бакалавр*

**Форма обучения**

очная

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры

(протокол № 16 от «26» мая 2021 г.)

Зав. кафедрой, профессор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.В. Починкин

Малаховка 2021

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

1. **Паспорт фонда оценочных средств**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Компетенция | Трудовые функции (при наличии) | Индикаторы достижения |
| *УК-2* | **СВК 08.006**  ***С/01.6***  Организация работы структурного подразделения  ***С/02.6***  Управление штатным персоналом структурного подразделения внутреннего контроля  ***С/03.6***  Планирование работы структурного подразделения  **ССТП 40.033**  ***A/02.6***  Тактическое управление процессами организации производства | **Знания:**  - Сущность цены как экономической категории, состав, структуру и функции цены  **Умения:**  - Определять ценовую стратегию предприятия с учетом специфики его деятельности и структуры рынка  **Навыки и/или опыт деятельности:**  - специальной терминологией настоящей учебной дисциплины |
| *ПК-1* | **Знания:**  -- Систему ценообразующих факторов и их роль в практике ценообразования  **Умения:**  - Принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства  **Навыки и/или опыт деятельности:**  - Инструментарием статистики цен |

1. **Типовые контрольные задания:**
   1. ***Перечень вопросов для промежуточной аттестации***

**2.1.1. Перечень вопросов для экзамена:**

1.Основные теоретические концепции цены

2. Система цен в экономике, принципы дифференциации цен. Виды и

функции цен.

3. Состав и структура цены.

4. Государственное регулирование цен.

5. Саморегулирование цен. Общественное регулирование цен.

6. Инфляция и методы ее измерения в России.

7. Формы и методы воздействия государства на цены.

8. Регулирование цен в зарубежных странах.

9. Ценообразование в условиях совершенной конкуренции.

10. Ценообразование в условиях монополистической конкуренции.

11. Ценообразование на олигополистическом рынке.

12. Ценообразование в условиях монополии.

13. Цены на продукцию естественных монополий и методы их

регулирования.

14. Цели ценовой политики и принципы ценообразования.

15. Политика цен жизненного цикла товара.

16. Тактические аспекты ценовой политики.

17. Политика цен на новые изделия.

18. Ценообразование в рамках товарной номенклатуры.

19. Скидки как инструмент ценовой политики предприятия.

20. Установление цен по географическому принципу.

21. Установление цен для стимулирования сбыта.

22. Установление дискриминационных цен.

23. Учет налогов в цене продукции.

24. Учет инфляции при ценообразовании.

25. Учет коммунальных платежей в цене готовой продукции.

26. Этапы разработки ценовой стратегии. Выбор типа ценовой стратегии.

27. Стратегия премиального ценообразования. Стратегия ценового

прорыва. Стратегия нейтрального ценообразования.

28. Затратное ценообразование.

29. Ценообразование с учетом ценности товара.

30. Ценообразование и стратегия конкуренции.

31. Эконометрические методы определения цен.

32. Определение цены для целей налогообложения.

33. Трансфертные цены и методы их определения.

34. Математико-статистические методы и их применение в прикладных

специфических задачах ценообразования

35. Принятие решений предприятием с учетом предстоящих изменений

затрат, цен и безубыточности производства; определение структуры

продукции с учетом лимитирующего фактора.

36. Целесообразность снижение и повышения цен. Реакция предприятия на

изменение цен конкурентов.

37. Установление цен на продукцию топливно-энергетического и

минерально-сырьевого комплексов.

38. Особенности ценообразования на рынке машин и оборудования.

Ценообразование на продукцию строительства.

39. Тарифы на услуги транспортного комплекса.

40. Специфика ценообразования на рынке услуг.

41. Ценообразование на рынке страховых услуг.

42. Ценообразование в общественном питании.

43. Ценообразование на рынке ценных бумаг.

44. Специфика ценообразования на рынке технологий и ноу-хау.

45. Специфика ценообразования на программные продукты.

46. Цены мирового рынка: понятие, критерии определения.

47. Понятие контрактной цены и способы ее фиксации. Таможенные

платежи.

48. Определение таможенной стоимости ввозимых товаров. Определение

таможенной стоимости вывозимых товаров.

49. Формирование цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.

50. Ассортиментная политика предприятия и ценообразование.

51. Пакетное ценообразование. Ценообразование с учетом фактора

времени.

52. Ценообразование и электронная торговля.

53. Ценообразование и оценка бизнеса.

54. Методы расчета средних цен.

55. Способы выравнивания рядов средних цен.

56. Индексы сезонности.

57. Индекс потребительских цен и дефлятор валового внутреннего

продукта.

58. Разработка структур цен.

**ВОПРОСЫ ДЛЯ КОЛЛОКВИУМА**

1. Сформулируйте определение экономической сущности цены.

2. Как реализуется цена и полезность товара в рыночной экономике?

3. Как государство воздействует на цены? Какие экономические рычаги при этом используются?

4. Дайте определение системы цен.

5. Назовите основные подсистемы действующей системы цен.

6. Охарактеризуйте, как формируется динамика цен в условиях рынка.

7. Назовите виды цен в зависимости от порядка возмещения транспортных расходов по доставке

грузов. Дайте их характеристику.

8. Какие существуют виды цен, определяемых способом регулирования рыночной экономики.

9. Как различаются виды цен в зависимости от типа рынка?

10. Какое место в системе в системе экономических законов рыночной экономики занимает закон стоимости и почему?

11. Проанализируйте взаимосвязь категорий: стоимость -

12. Общественно необходимые затраты труда - общественно-необходимое рабочее время - цена.

13. Что такое функции цен?

14. Охарактеризуйте учѐтную функцию цен в рыночной экономике.

15. В чѐм проявляется взаимосвязь цен и инфляции?

25

16. Охарактеризуйте механизм стимулирования через систему цен в рыночной экономике.

17. В чѐм заключается механизм перераспределения через систему цен?

18. В чѐм сложность ценообразования? Дайте определение понятия «ценообразование»

19. Назовите методы используемые в ценообразовании.

20. Охарактеризуйте параметрический метод и сферу его применения.

21. В чѐм суть метода прямого калькулирования и область его применения.

22. Охарактеризуйте метод ценообразования на основе средних издержек и норматива прибыли.

какими факторами обуславливается уровень рентабельности в цене?

23. Какими факторами обуславливается уровень рентабельности в цене?

24. Когда возникает дефицит товара на рынке: при установлении цены выше или ниже равновесной?

25. Как формируются цены в оптовой торговле?

26. В чѐм заключается специфика установления цены на подакцизные товары?

27. Как устанавливаются цены на продукцию (услуги) естественных монополий?

28. Охарактеризуйте взаимосвязь финансово-кредитных отношений с ценообразованием.

29. Проанализируйте положительное и отрицательное влияние цен и их динамики на госбюджет.

30. В чѐм состоит роль цен в формировании финансов на уровне предприятия в рыночной

экономике?

31. Охарактеризуйте роль себестоимости в формировании финансов предприятия.

32. В чѐм состоит взаимовлияние цен и денежного обращения?

33. Какие факторы формируют процентную ставку в рыночной экономике.

34. В чѐм роль товарных бирж в формировании рыночных цен?

35. Охарактеризуйте значение системы налогообложения и еѐ взаимосвязь с ценами.

36. Назовите экономические рычаги регулирования внешнеэкономической деятельности государством.

37. Какие методы используются передовыми развитыми странами в экономическом регулировании?

* 1. ***Тестовые задания***

1. Регулирование цен государством позволяет:

 сдерживать неоправданный рост цен;

 смягчать воздействие инфляционных процессов;

 ограничивать конкуренцию;

 стимулировать инвестиции.

2. Основными методами регулирования естественных монополий:

 прямое определение цен (тарифов);

 определение предельного уровня цен (тарифов);

 определение потребителей для обязательного обслуживания;

 установление торговых надбавок.

3. Сущность цены как экономической категории отражается в следующих функциях:

 учетно-измерительной;

 стимулирующей;

 определительной;

 регулирующей;

 распределительной.

4. К методам административного регулирования цен относятся:

 установление предельного уровня рентабельности;

 установление предельного коэффициента изменения;

 декларирование цен;

 установление биржевых котировок.

5. К затратным методам установления цены относятся:

 издержки плюс прибыль;

 тендерный;

 обеспечения целевой прибыли;

 рентабельности инвестиций.

6. К недостаткам затратного метода относятся:

 не отражает меры ценности товара для потребителя;

 не способствует развитию конкуренции;

 не учитывает уровень спроса на товар;

 не отражает величину бухгалтерских затрат.

7. Систему цен характеризуют следующие параметры:

 уровень;

 структура;

 динамика;

 эмерджентность.

8. Взаимосвязь и взаимозависимость цен, образующих единую систему, обусловлены следующими обстоятельствами:

 формированием цен на единой методологической основе;

 взаимосвязью производства предприятий;

 взаимосвязью отраслей;

 формированием государственного заказа.

34

9. В качестве основных ценообразующих факторов выступают:

 издержки производства;

 издержки реализации;

 спрос и предложение;

 прибыль;

 покупательная способность денег;

 конкуренция;

 государственное регулирование цен;

 диверсификация.

10. В качестве основных типологических признаков классификации цен выступают:

 форма продаж;

 отражение транспортных расходов;

 обслуживаемая сфера товарного обращения;

 степень регулирования;

 степень устойчивости во времени;

 стадии продаж;

 производственная инфраструктура.

11. Задачами ценовой стратегии фирмы являются:

 завоевание рынка;

 обеспечение выживаемости;

 максимизация прибыли;

 завоевание лидерства на рынке;

 обеспечение квантификации.

12. Мировой опыт установления цен выделяет следующие наиболее эффективные рыночные стратегии:

 низких цен;

 средних цен;

 высоких цен;

 целевых цен;

 льготных цен;

 трансфертных цен.

13. Абсолютный уровень цен увеличивают следующие налоги и сборы:

 налог на добавленную стоимость;

 налог на прибыль;

 акцизы;

 таможенные сборы.

14. Уровень торговой скидки определяется следующими факторами:

 величиной торговых затрат;

 уровнем рентабельности;

 объемом продаж;

 уровнем продажной цены.

15. Основоположником стоимостной формы представления потребительских свойств не

признан:

 А.Смит;

 Д.Рикардо;

 А.Маршалл;

 Й.Шумпетер;

35

 Д.Кейнс.

16. Цена нижнего предела это не:

 самая низкая цена на рынке;

 цена равная издержкам производства;

 трансфертная цена;

 цена контрагентная;

 цена покрывающая издержки и обеспечивающая минимальную прибыль.

17. Эконометрические методы определения цен это не:

 метод удельных показателей;

 метод регрессионного анализа;

 балловый метод;

 агрегатный метод;

 географический метод.

18. Продолжите определение категории цены. «Цена – это:

 количественное соотношение спроса и предложения»;

 сумма денег за товар»;

 денежное выражение качества товара»;

 совокупность денежных отношений, возникающих по поводу образования и использования целевых фондов денежных средств»;

 инструмент коммерческой политики фирмы».

19. В состав отпускной цены предприятия входят:

 затраты на производство продукции;

 затраты на реализацию продукции;

 прибыль предприятия;

 снабженческо-сбытовая надбавка.

20. Существуют следующие виды скидок на продукцию:

 сезонные;

 кумулятивные;

 за оплату наличными;

 за пробную партию.

* 1. ***Рекомендации по оцениванию результатов достижения компетенций***

***Критерии оценки промежуточной аттестации:***

Выставление оценок на экзамене осуществляется на основе принципов объективности, справедливости, всестороннего анализа уровня знаний студентов.

**Критерии оценки на экзамене:**

Средняя оценка выставляется экзаменатором по медиане оценок за ответ на каждый вопрос и с учетом оценок за дополнительные вопросы.

* Оценка **«отлично»** выставляется, если студент без ошибок ответил на два вопроса билета, и также ответил на два дополнительных вопроса, заданных с целью раскрытия полного понимания студентом содержания дисциплины;
* Оценка **«хорошо»** выставляется, если студент при ответе на два вопроса билета допустил не более двух неточностей/ошибок, а также неуверенно ответил на два дополнительных вопроса;
* Оценка **«удовлетворительно»** выставляется, если студент при ответе на два вопроса билета допустил три-четыре незначительные ошибки/неточности, а также неуверенно ответил на два дополнительных вопроса;
* Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется, если студент при ответе на два вопроса билета допустил четыре ошибки, а также не ответил на два дополнительных вопроса, что свидетельствует об отсутствии знаний у студента в соответствии с ФГОС ВО и программой обучения по данной дисциплине.

**Критерии оценки сдачи коллоквиума:**

- Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если при ответе на вопросы коллоквиума даны полные ответы на все поставленные в задании вопросы;

- Оценка **«хорошо»** выставляется студенту при правильных ответах на все вопросы, за исключением одного;

- Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту при ответе на половину вопросов коллоквиума;

- Оценка **«неудовлетворительно**» выставляется студенту при отсутствии правильных ответов на вопросы коллоквиума.

**Критерии оценки тестовых заданий:**

* Для прохождения тестирования студент должен дать правильные ответы, минимум на 60% вопросов, представленных в тестировании;
* Если студент не ответил на половину вопросов теста, то тест считается не пройденным.
* при установлении логических взаимосвязей, допускает ошибки при использовании научной терминологии.