

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

Кафедра «Менеджмент и логистика»

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине  
Б.1.2.11 Рыночное ценообразование

направления подготовки  
(38.03.06 Торговое дело) »  
Профиль Б1 «Коммерция»  
Квалификация (степень) - бакалавр

форма обучения – заочная  
курс – 5  
семестр – 9  
зачетных единиц – 4  
часов в неделю –  
академических часов – 144  
в том числе:  
лекции – 6  
практические занятия – 12  
коллоквиум -  
лабораторные занятия – нет  
самостоятельная работа – 126  
зачет – нет  
экзамен - 9 семестр  
контрольная работа - нет  
курсовая работа – нет  
курсовой проект – нет

## 1. Цели и задачи дисциплины

Дисциплина «Рыночное ценообразование» - одна из основных в системе экономического образования. Ее изучение базируется на общеэкономических знаниях, полученных будущими бакалаврами в течение предыдущих лет обучения: истории экономики, макроэкономики, микроэкономики, экономике фирмы, экономико-математических методах и прикладных моделях.

Знание этих дисциплин помогает студентам глубже познать природу и роль цены в рыночной экономике, проблемы ценообразования в РФ и на мировых рынках.

Основная цель данного курса - сформировать у студентов представление о месте и роли цен и ценообразования в рыночной экономике, о традиционных и новых подходах и методах ценообразования, о функциях государственных органов в установлении и регулировании цен, познакомить с мировым опытом в этой области.

Конечной целью является формирование у будущих бакалавров прочных теоретических знаний и практических навыков решения прикладных задач в области ценообразования, умения выбрать ценовую тактику и стратегию предприятия.

В ходе изучения дисциплины перед будущими бакалаврами ставятся **следующие задачи:**

- изучить сущность, функции и роль цены в рыночной экономике;
- ознакомиться с системой цен, действующей в экономике РФ и принципами ее построения;
- овладеть знаниями в области формирования цен в рыночной экономике;
- научиться использовать полученные знания в практике ценообразования.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Учебная дисциплина "Рыночное ценообразование" относится к профессиональному циклу вариативной части. Ее изучение базируется на освоении студентами учебных курсов экономической теории, истории экономических учений, микроэкономики, статистики, основ менеджмента, экономики организаций (предприятий), маркетинга, бухгалтерского учета.

Дисциплина «Рыночное ценообразование» в свою очередь обеспечивает теоретическую базу для результативного освоения «АФХД», «Организация и техника внешнеторговых организаций», «Финансовый менеджмент».

Она занимает одно из важных мест в формировании высокопрофессиональных, конкурентоспособных специалистов.

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций: ПК-9  
ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

<u>Б.1.2.11</u> <u>«Рыночное</u> <u>ценообразов</u> <u>ание»</u>	<b>Знает:</b> основные методы ценообразования, специфику отраслевого ценообразования, стратегии ценообразования.	Лекции. Коллоквиумы Практические занятия. Организация самостоятельной работы студентов	Лекции Коллоквиумы Практические занятия Тестирование. Доклады с презентациями Отчет по СРС Экзамен
---	--	---	--

	<u>Умеет:</u> определять тактику и стратегию ценообразования, рассчитывать цены разными методами и обосновывать окончательный выбор.	Лекции. Коллоквиумы Практические занятия. Организация самостоятельной работы студентов	Лекции Коллоквиумы Практические занятия Тестирование. Доклады с презентациями Отчет по СРС Экзамен
	<u>Владеет:</u> навыками применения методов ценообразования, анализа и прогнозирования цен, методами разработки стратегий ценообразования	Лекции. Коллоквиумы Практические занятия. Организация самостоятельной работы студентов	Лекции Коллоквиумы Практические занятия Тестирование. Доклады с презентациями Отчет по СРС Экзамен

#### 4. Распределение трудоемкости (час.) дисциплины по темам и видам занятий

№ модуля	№ недели	№ темы	Наименование темы	Часы/из них в интерактивной форме				
				Всего	Лекции	Коллоквиум	Практические	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9
4 семестр								
1		1.	Тема 1.Цена как экономическая категория	15			1	14
		2.	Тема 2. Классификация цен и их система	16	1		1	14
		3.	Тема 3. Ценообразующие факторы	17	1		2	14
		4.	Тема 4. Ценообразование и характеристики рынка. Методы ценообразования	18	2		2	14
		5.	Тема 5. Издержки и прибыль, их роль в формировании цен	17	1		2	14
		6.	Тема 6. Ценовая политика организации в условиях рынка	16	1		1	14
		7.	Тема 7. Государственное регулирование цен в условиях рыночных отношений	15			1	14
		8.	Тема 8. Взаимодействие цен и финансово-кредитной системы	15			1	14
		9.	Тема 9. Ценообразование и	15			1	14

			инфляция					
			Всего	144	6		12	126

## 5. Содержание лекционного курса

№ темы	Всего часов	№ лекции	Тема лекции. Вопросы, отрабатываемые на лекции
1	2	3	4
1.	1	1	<p align="center"><b><u>Тема 2. Классификация цен и их система</u></b></p> <p>Определение системы цен. Взаимосвязь и взаимозависимость различных видов цен (оптовых, закупочных, розничных, тарифов транспорта). Определяющая роль цен на продукцию базовых отраслей промышленности, причины, обуславливающие взаимосвязь цен в единой системе.</p> <p>Виды цен и их классификация. Виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения (оптовые, закупочные, розничные), их роль и назначение. Оптовые (отпускные) цены предприятия (цены изготовителя продукции) и оптовые цены промышленности, розничные цены. Понятие о составе и структуре цены. Виды цен в зависимости от вида рынка (цены товарных аукционов, биржевые котировки, цены торгов). Внутрифирменные цены (трансфертные цены). Рыночная цена.</p> <p>Виды цен в зависимости от степени новизны товара, методы формирования цен на новые товары: цены «снятия сливок», престижные цены, цены «проникновения на рынок», цены следования за лидером и др. Цены на товары, реализуемые на рынке относительно длительное время (падающая, долговременная, потребительского сегмента рынка, гибкая).</p> <p>Классификация цен по способу установления, фиксации (в договоре, контракте). Характеристика твердых, подвижных, скользящих цен. Распределение риска потерь от инфляции. Расчет скользящих цен. Период скольжения, лимит скольжения.</p> <p>Виды цен в зависимости от учета в них транспортных расходов на доставку продукции до места потребления (франко-станция отправления, франко-станция назначения).</p> <p>Виды цен в зависимости от степени участия государства в их формировании. Их характеристика. Регулируемые и фиксированные цены. Сфера применения регулируемых цен. Понятие свободных рыночных цен.</p> <p>Классификация цен по способу получения информации об уровне цены. Публикуемые цены. Виды справочных цен, сфера их применения, отражение фактических цен сделок</p> <p>Классификация цен по способу отражения фактора времени. Цены текущие, средние, сопоставимые. Способы расчета средних цен. Приведение цен в сопоставимый вид. Индекс инфляции. Индексы цен. Относительные цены.</p> <p>Цены, обслуживающие внешнеторговый оборот. Особенности формирования цен на экспортируемые и импортируемые товары. Контрактные цены. Таможенные</p>

			пошлины. ИНКОТЕРМС 2000.
2.	1	2	<p style="text-align: center;"><b><u>Тема 3. Ценообразующие факторы</u></b></p> <p>Рыночный спрос и факторы, его определяющие. Взаимодействие цены и спроса. Характеристика объема спроса и функции спроса. Кривая спроса. Неценовые факторы, оказывающие влияние на изменение спроса.</p> <p>Взаимосвязь цены и предложения. Характеристика объема предложения и функции предложения. Кривая предложения. Неценовые факторы, влияющие на изменение предложения.</p> <p>Виды равновесия спроса и предложения. Определение равновесной цены и ее динамика.</p> <p>Эластичность спроса от цены, методы ее определения и учет в ценообразовании. Классификация товаров по степени эластичности спроса. Расчет коэффициентов эластичности: прямых, перекрестных, по доходу. Факторы, влияющие на эластичность спроса. Практическое применение коэффициента прямой эластичности по цене.</p> <p>Состояние финансово-кредитной сферы и ее воздействие на уровень и динамику цен. Влияние потребителей на уровень цен. Государственное регулирование экономики и его воздействие на цены. Влияние участников каналов товародвижения на цены. Конкуренция и ее воздействие на уровень цен. Воздействие издержек на уровень и динамику цен.</p>
3.	2/2	3	<p style="text-align: center;"><b><u>Тема 4. Ценообразование и характеристики рынка.</u></b></p> <p style="text-align: center;"><b><u>Методы ценообразования</u></b></p> <p>Особенности ценообразования на различных типах рынков.</p> <p>Влияние конкуренции на процесс обоснования цен.</p> <p>Ценообразование на рынке совершенной (чистой) конкуренции.</p> <p>Специфика формирования цен на рынке монополистической конкуренции.</p> <p>Формирование цен на рынке олигополистической конкуренции. Особенности ценообразования на рынке чистой монополии.</p> <p>Порядок ценообразования. Этапы процесса ценообразования: выбор цели, определение спроса, анализ издержек и цен конкурентов, выбор метода ценообразования, установление окончательной цены.</p> <p>Ценовая информация и ее роль в принятии решения по ценам. Виды информации. Данные и информация. Направления и перечень вопросов, по которым требуется качественная информация. Задачи, решаемые с помощью информации.</p> <p>Характеристика альтернативных подходов к ценообразованию: противоречия затратного и ценностного ценообразования.</p> <p>Сущность затратного ценообразования. Метод, основанный на определении полных издержек, его достоинства и недостатки. Метод, ориентирующийся на прямые затраты (предельное или маржинальное ценообразование). Расчет цен на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой</p>

			<p>прибыли.</p> <p>Рыночные методы ценообразования. Метод текущей цены и сфера его применения. Метод «запечатанного конверта» или тендерное ценообразование. Метод определения цен, ориентированный на нахождение равновесия между издержками производства и состоянием рынка. Алгоритм их расчета. Необходимость учета ответных действий конкурентов и возможной реакции потребителей.</p> <p>Методы ценностного ценообразования. Условия и предпосылки применения ценностных (маркетинговых) методов ценообразования. Последовательность этапов определения экономической ценности товара.</p> <p>Эконометрические методы ценообразования. Характеристика метода удельных показателей Удельное ценообразование: параметрический ряд, удельная цена, расчет удельных цен. Параметрическое ценообразование при одновременном изменении нескольких характеристик товара. Балловый метод ценообразования. Агрегатный метод и сфера его применения.</p> <p>Экспертные методы ценообразования. Формирование экспертной группы. Метод парных сравнений как основа оценки предпочтений покупателей. Метод ранговой корреляции. Оценка согласованности мнений экспертов в ценностном ценообразовании.</p>
4.	1	4	<p style="text-align: center;"><b><u>Тема 5. Издержки и прибыль, их роль в формировании цен</u></b></p> <p>Понятие издержек. Взаимосвязь и взаимовлияние издержек и цены. Состав издержек. Регулирование состава издержек в Налоговом Кодексе. Особенности формирования себестоимости в условиях рынка. Способы группировки затрат, включаемых в себестоимость.</p> <p>Прибыль в условиях рыночной экономике и ее связь с ценой. Особенности формирования прибыли в условиях рынка. Расчет точки безубыточности. Расчет масштабов продаж, необходимых для достижения целевой прибыли. Показатель рентабельности предприятия (фирмы).</p> <p>Анализ безубыточности решений при изменении постоянных и (или) переменных затрат.</p> <p>Сравнительный анализ различных методов калькулирования себестоимости продукции. Калькулирование себестоимости по полным издержкам. Способы распределения постоянных издержек. Методы калькулирования по сокращенным издержкам и формирование портфеля заказов. Нижняя граница цены.</p> <p>Учет влияния изменения цен на финансовые результаты деятельности фирмы. Анализ безубыточности решений при изменении цен.</p> <p>Ассортиментная политика фирмы и манипуляции ценами. Анализ безубыточности решений по изменению цен при продаже взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров.</p>
5.	1	5	<p style="text-align: center;"><b><u>Тема 6. Ценовая политика организации в условиях</u></b></p>

			<p style="text-align: center;"><b><u>рынка</u></b></p> <p>Основные стратегии ценообразования. Этапы разработки ценовой стратегии.</p> <p>Стратегии конкурентного ценообразования: стратегия ценового прорыва, стратегия премиального ценообразования, стратегия нейтрального ценообразования. Факторы, обеспечивающие успешное применение стратегий конкурентного ценообразования. Препятствия в использовании стратегий конкурентного ценообразования.</p> <p>Стратегии ассортиментного ценообразования.</p> <p>Стратегии дифференцированного ценообразования. Основной и вторичный рынок. Способы дифференциации. Условия успешного применения стратегий дифференцированного ценообразования.</p> <p>Ценовые факторы выбора конкурентной стратегии и условия эффективной политики снижения цен (эффект масштаба; политика снижения цен для узкой группы покупателей; политика снижения цен на «убыточного лидера продаж»; снижение цен на стагнирующем рынке).</p> <p>Разработка ценовой политики предприятия в соответствии с выработанной стратегией ценообразования. Цели ценовой политики. Условия возможных отклонений цен организации от принятой ею ценовой политики.</p> <p>Элементы тактики ценообразования. Скидки. Типы и виды скидок. Оптовые скидки: скидки за объем разовой закупки, ступенчатые скидки, кумулятивные скидки. Механизм расчета фактических цен сделок. Использование надбавок к цене в коммерческой деятельности организации.</p> <p>Стадии «жизненного цикла» товара (ЖЦТ) и их взаимосвязь с ценой.</p> <p>Страхование цены. Оговорки, включаемые в договоры купли-продажи: а) о возможности повышения или снижения издержек; б) о колебаниях цены.</p>
--	--	--	---

## 6. Содержание коллоквиумов

Не предусмотрены учебным планом

№ темы	Всего часов	№ коллоквиума	Тема коллоквиума. Вопросы, отрабатываемые на коллоквиуме	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4	5

## 7. Перечень практических занятий

№ темы	Всего часов	№ занятия	Тема практического занятия. Вопросы, отрабатываемые на практическом занятии
1	1	1	Тема 1. Цена как экономическая категория
2	1	1	Тема 2. Классификация цен и их система

3	2	2	Тема 3. Ценообразующие факторы
4	2	3	Тема 4. Ценообразование и характеристики рынка. Методы ценообразования
5	2/2	4	Тема 5. Издержки и прибыль, их роль в формировании цен
6	1	5	Тема 6. Ценовая политика организации в условиях рынка
7	1	5	Тема 7. Государственное регулирование цен в условиях рыночных отношений
8	1	6	Тема 8. Взаимодействие цены финансово-кредитной системы
9	1	6	Тема 9. Ценообразование и инфляция

### 8. Перечень лабораторных работ

Не предусмотрены.

### 9. Задания для самостоятельной работы студентов

№ темы	Всего Часов	Вопросы для самостоятельного изучения (задания)	Литература
1	2	3	4
1	8	<p><b><u>Тема 1. Цена как экономическая категория</u></b></p> <p>Формирование нормативно-законодательной базы рыночного ценообразования в России. Регулирование цен в рыночном хозяйстве. Содержание и формы государственного контроля. Органы, осуществляющие мониторинг цен. Санкции за нарушение государственной дисциплины цен.</p>	1,2,3,4,5,6,8,10,11,12,15,17
2	8	<p><b><u>Тема 2. Классификация цен и их система</u></b></p> <p>Цены, обслуживающие внешнеторговый оборот. Особенности формирования цен на экспортируемые и импортируемые товары. Контрактные цены. Таможенные пошлины. ИНКОТЕРМС 2000.</p>	1,2,3,4,5,6,8,10,11,12,15,17
3	8	<p><b><u>Тема 3. Ценообразующие факторы</u></b></p> <p>Государственное регулирование экономики и его воздействие на цены. Влияние участников каналов товародвижения на цены. Конкуренция и ее воздействие на уровень цен. Воздействие издержек на уровень и динамику цен.</p>	1,2,3,4,5,6,8,10,11,12,15,17
4	8	<p><b><u>Тема 4. Ценообразование и характеристики рынка. Методы ценообразования</u></b></p> <p>Экспертные методы ценообразования. Формирование экспертной группы. Метод парных сравнений как основа оценки предпочтений покупателей. Метод ранговой корреляции. Оценка согласованности мнений экспертов в ценностном ценообразовании.</p>	1,2,3,4,5,6,8,10,11,12,15,17



5	8	<p><b><u>Тема 5. Издержки и прибыль, их роль в формировании цен</u></b></p> <p>Ассортиментная политика фирмы и манипуляции ценами. Анализ безубыточности решений по изменению цен при продаже взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров.</p>	1,2,3,4,5,6,8,10, 11,12,15, 17
6	8	<p><b><u>Тема 6. Ценовая политика организации в условиях рынка</u></b></p> <p>Страхование цены. Оговорки, включаемые в договоры купли-продажи: а) о возможности повышения или снижения издержек; б) о колебаниях цены.</p>	1,2,3,4,5,6,8,10, 11,12,15, 17
7	8	<p><b><u>Тема 7. Государственное регулирование цен в условиях рыночных отношений</u></b></p> <p>Механизм косвенного регулирования цен. Использование налогообложения, заработной платы, денежного обращения, кредита, валютного курса, таможенных пошлин для государственного регулирования цен.</p> <p>Государственное регулирование цен на продукцию естественных монополий. Государственные органы регулирования цен.</p> <p>Зарубежный опыт государственного регулирования цен.</p>	1,2,3,4,5,6,8,10, 11,12,15, 17
8	8	<p><b><u>Тема 8. Взаимодействие цен и финансово-кредитной системы</u></b></p> <p>Динамика цен и развитие кредитных отношений. Удорожание кредита как один из факторов усиления инфляции. Воздействие роста цен на объем предоставляемого кредита. Отражение в себестоимости и ценах процентных ставок за кредит и их влияние на уровень и динамику цен. Инфляционные ожидания и динамика процентных ставок за кредит.</p>	1,2,3,4,5,6,8,10, 11,12,15, 17
	8	<p><b><u>Тема 9. Ценообразование и инфляция</u></b></p> <p>Меры антиинфляционного регулирования: ограничение роста денежной эмиссии, проведение режима жесткой бюджетной экономии, использование специальных форм регулирования цен на продукцию базовых отраслей экономики и др.</p>	1,2,3,4,5,6,8,10, 11,12,15, 17

Контроль СРС проводится следующими мероприятиями:

1. Опрос – на практических занятиях во время сессии.
2. Доклады с презентацией по выбранной теме.
3. Тестирование

#### **10. Расчетно-графическая работа**

Не предусмотрена учебным планом

#### **11. Курсовая работа**

Не предусмотрена учебным планом

## 12. Курсовой проект

Не предусмотрен учебным планом

### 13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям освоения дисциплины «Рыночное ценообразование» (текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация) применяются фонды оценочных средств, включающие типовые задания, задачи, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций.

Этап формирования компетенций	Перечень компетенций	Форма контроля	Фонд оценочных средств
1 этап 1-8 неделя	ПК 9	Межсессионная аттестация (Атт/Не атт.)	Устный опрос, решение задач, подготовка презентаций, посещаемость и тестовые задания, выполнение СРС.
2 этап 9-18 неделя	ПК-9	Итоговая аттестация экзамен «отлично, хорошо, удовлетворительно»)	Оценивается в виде письменного и устного ответа на экзаменационный билет и дополнительные вопросы

В качестве фонда оценочных средств используются следующие материалы:

- список вопросов к экзамену,
- тестовые задания по дисциплине

#### Б.1.2.11 Рыночное ценообразование

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки
Пороговый (удовлетворительный)	<b>Знает:</b> основные методы ценообразования, специфику отраслевого ценообразования. <b>Умеет:</b> в целом успешно, но не систематизировано определять тактику и стратегию ценообразования, рассчитывать цены ограниченным числом методов и обосновывать окончательный выбор. <b>Владеет:</b> навыками применения некоторых методов ценообразования, анализа и прогнозирования цен
Продвинутый (хорошо)	<b>Знает:</b> основные методы ценообразования, специфику отраслевого ценообразования, некоторые стратегии ценообразования. <b>Умеет:</b> в целом успешно, но с отдельными затруднениями определять тактику и стратегию ценообразования,

	<p>рассчитывать цены разными методами и обосновывать окончательный выбор.</p> <p><b>Владеет:</b> в целом успешными, но содержащими отдельные пробелы навыками применения методов ценообразования, анализа и прогнозирования цен, методами разработки стратегий ценообразования</p>
Высокий (отлично)	<p><b>Знает:</b> в совершенстве основные методы ценообразования, специфику отраслевого ценообразования, стратегии ценообразования.</p> <p><b>Умеет:</b> успешно и системно определять тактику и стратегию ценообразования, рассчитывать цены разными методами и обосновывать окончательный выбор.</p> <p><b>Владеет:</b> в совершенстве навыками применения методов ценообразования, анализа и прогнозирования цен, методами разработки стратегий ценообразования</p>

**Контрольная работа**  
*не предусмотрена учебным планом*

**12. Вопросы для зачета**  
Не предусмотрен.

**13. Вопросы для экзамена**

- 1) Понятие цены. Функции цен. Система цен.
- 2) Проблемы использования знаний экономической теории в рыночном ценообразовании.
- 3) Регулирование процессов ценообразования в России.
- 4) Регулирование процессов ценообразования за рубежом.
- 5) Цели предприятия и их отражение в ценообразовании.
- 6) Затратный подход в ценообразовании.
- 7) Методы затратного ценообразования.
- 8) Ценностный подход к ценообразованию.
- 9) Стратегия и тактика ценообразования.
- 10) Полезность товара как основа его оценки покупателями.
- 11) Процедура определения экономической ценности товара.
- 12) Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен.
- 13) Принципы и методы исследования чувствительности покупателей к уровням цен.
- 14) Роль затрат в обосновании ценовых решений.
- 15) Идентификация затрат, существенных для анализа цен.
- 16) Методы калькулирования себестоимости.
- 17) Анализ условий безубыточности:
  - при обосновании инвестиционных проектов,
  - при изменениях цен,
  - изменений цен при непостоянстве затрат
  - комплексные случаи.
- 18) Влияние конкуренции на процесс обоснования цен.
- 19) Общая схема расчета цены.
- 20) Затратные методы, проблемы использования, роль в российской экономике.
- 21) Расчет цен на основе нормативов рентабельности торговых скидок и надбавок.
- 22) Нормативно-параметрические методы ценообразования и сферы их применения.
- 23) Рыночные методы ценообразования.

- 24) Эконометрические методы определения цен.
- 25) Средние цены и обобщающий уровень цен.
- 26) Индексный метод в анализе конъюнктуры.
- 27) Индексы товарных бирж и фондового рынка.
- 28) Методы исследования отраслевой структуры рынков.
- 29) Ценообразование на продукцию естественных монополий в России.
- 30) Ценовые факторы выбора конкурентной стратегии .
- 31) Этапы разработки ценовой стратегии.
- 32) Выбор типа ценовой стратегии.
- 33) Стратегии рыночного ценообразования.
- 34) Скидки за особые условия продаж как инструмент ценовой политики фирмы.
- 35) Установление цен на продукцию производственно-технического назначения.
- 36) Установление цен на потребительские товары и услуги.
- 37) Установление цен на идеи, научные разработки и технологии.

### Тестовые задания по дисциплине

**1. Какая операция хозяйственной деятельности предприятия не связана с оптовой ценой:**

- а) соизмерение затрат и результатов;
- б) экономическое обоснование выбора варианта капитальных вложений;
- в) формирование станкоемкости единицы продукции;
- г) стимулирование производителя и потребителя;
- д) качество товара.

**2. На какой экономический процесс цена изделия не оказывает влияния:**

- а) производство; б) распределение;
- в) обмен; г) оценка конкурентоспособности производства;
- д) потребление.

**3. Какой показатель не участвует в формировании оптовой цены предприятия:**

- а) себестоимость единицы продукции;
- б) уровень рентабельности, рассчитанный по себестоимости;
- в) уровень рентабельности, рассчитанный по производственным фондам.

**4. Какой показатель не участвует в формировании оптовой цены промышленности:**

- а) себестоимость единицы продукции;
- б) рентабельность, рассчитанная по себестоимости;
- в) налог на добавленную стоимость;
- г) прибыль и затраты сбытовых организаций;
- д) текущие издержки и прибыль торговых организаций.

**5. Какой показатель не участвует в формировании государственной розничной цены:**

- а) оптовая цена предприятия; б) рентабельность предприятия;
- в) налог на добавленную стоимость;
- г) прибыль и затраты сбытовых организаций;
- д) текущие издержки и прибыль торговых организаций.

**6. Какое из условий разрешено товаропроизводителю:**

- а) требовать от торгового посредника реализации продукции по установленной им цене;
- б) отказывать или задерживать отгрузку продукции, если торговый посредник проводит свою ценовую политику;
- в) увеличивать количество продавцов;
- г) продавать свою продукцию по цене ниже себестоимости для устранения с рынка конкурентов;
- д) повышать цены.

**7. С какой целью используется диверсификация цен:**

- а) завоевание рынка;
- б) присвоение потребительского излишка;
- в) увеличение объема реализации;
- г) привлечение определенного потребителя.

**8. Какая из позиций приведенного перечня не связана с диверсификацией цен:**

- а) резервированная цена; б) количество продаваемого товара;
- в) пересмотр цен; г) согласование цены;
- д) доход покупателя.

**9. Какое условие не связано с повышением качества:**

- а) внедрение достижений научно-технического прогресса;
- б) обеспечение роста оптовых цен;
- в) влияние на торговую политику посредника;
- г) гарантии реальных выгод потребителю;
- д) расчет верхней и нижней границы цены.

**10. Определите следующее: уменьшение цены на котлеты приведет при прочих равных условиях к:**

- а) росту цены на сосиски; б) снижению цены на сосиски;
- в) уменьшению спроса на котлеты; г) росту спроса на сосиски.

**11. Если бы эластичность спроса на сумки была нулевой, это означало бы, что:**

- а) по текущим ценам можно продавать любое количество сумок;
- б) данное количество сумок будет куплено по сколь угодно высоким ценам;
- в) потребители готовы купить любой объем данного блага по любой цене;
- г) потребители не согласны на изменение количества продаж сумок и цены.

**12. Если большинство жителей города Тюмени решат, что мясо вредно для здоровья, то при прочих равных условиях в городе:**

- а) повысится спрос на рыбу и повысится спрос на мясо;
- б) понизится спрос на рыбу и мясные продукты;
- в) повысится спрос на рыбу и повысится спрос на мясо;
- г) понизится спрос на рыбу и повысится спрос на мясо.

**13. Если спрос на жевательную резинку эластичен по цене, то уменьшение цены на нее приведет к:**

- а) росту расходов населения на предметы роскоши;
- б) снижению расходов населения на жевательную резинку;
- в) повышению спроса на жевательную резинку;
- г) снижению спроса на жевательную резинку.

**14. Какие из приведенных ниже затрат можно отнести к постоянным?**

- а) расходы на оплату аудиторских услуг, связанных с проверкой достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности;
- б) расходы на публикацию бухгалтерской отчетности, а также публикацию и иное раскрытие другой информации, если законодательством Российской Федерации на налогоплательщика возложена обязанность осуществлять их публикацию (раскрытие);
- в) на приобретение материалов, используемых для упаковки и иной подготовки произведенных и (или) реализуемых товаров (включая предпродажную подготовку);
- г) расходы на подготовку и переподготовку кадров, состоящих в штате налогоплательщика, на договорной основе;
- д) расходы на командировки;
- е) расходы на почтовые, телефонные, телеграфные и другие подобные услуги, расходы на оплату услуг связи, вычислительных центров и банков;
- ж) расходы на рекламу производимых (приобретенных) и (или) реализуемых товаров (работ, услуг), товарного знака и знака обслуживания, включая участие в выставках и ярмарках.

**15. Какие из приведенных ниже затрат можно отнести к переменным?**

- а) расходы на оплату услуг по управлению организацией или отдельными ее подразделениями;
- б) представительские расходы, связанные с официальным приемом и обслуживанием представителей других организаций, участвующих в переговорах в целях установления и поддержания сотрудничества,
- в) расходы на канцелярские товары;
- г) на приобретение топлива, воды и энергии всех видов, расходуемых на технологические цели;
- д) расходы на приобретение сырья и материалов, используемых в производстве товаров;
- е) расходы на текущее изучение (исследование) конъюнктуры рынка, сбор и распространение информации, непосредственно связанной с производством и реализацией товаров (работ, услуг);
- ж) заработная плата, начисленная по сдельным расценкам или в процентах от выручки;
- з) расходы на отопление зданий.

**16. Когда продавцы платят акцизный налог за каждую продаваемую единицу товара, то:**

- а) продавцам всегда удается полностью переложить налог на потребителя;
- б) продавцы уплачивают основную часть налога, если предложение эластично, а спрос неэластичен;
- в) покупатели несут на себе основную тяжесть налогообложения, если кривая предложения эластична, а спрос неэластичен;
- г) тяжесть налогообложения, как правило, делится пополам между продавцами и покупателями.

**17. Равновесная цена – это:**

- а) цена выше той, которая создает избыточный спрос;
- б) цена, при которой нет ни дефицита, ни избытка;
- в) все перечисленное выше справедливо;
- г) цена, установленная правительством.

**18. Когда "потолки" цен устанавливаются ниже равновесной цены, возникает:**

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

**19. Цена директивная - это:**

- а) цена, при которой объем спроса на товар равен объему его предложения;
- б) максимальное количество денег, которое покупатель готов заплатить за товар;
- в) значение цены, устанавливаемое государством в качестве ее верхнего или нижнего предела.

**20. Обычно избыток предложения:**

- а) оказывает повышающее давление на цену;
- б) оказывает понижающее давление на цену;
- в) не оказывает никакого воздействия на цену;
- г) стимулирует покупателей приобретать товар.

**21. В соответствии с законами спроса и предложения, увеличение спроса вызывает:**

- а) снижение как равновесной цены, так и равновесного количества;
- б) увеличение равновесной цены и снижение равновесного количества;
- в) увеличение равновесной цены и увеличение равновесного количества;
- г) снижение равновесной цены и увеличение равновесного количества.

**22. Определите оптовую цену предприятия, если полная себестоимость единицы продукции  $C_{\Pi} = 25$  руб., годовой объем реализации  $Q_{\Gamma} = 5000$  ед.; производственные фонды ПФ = 300 тыс. руб.; рентабельность предприятия  $R = 0,15$ .**

- а) 28,75 б) 39 в) 34 г) 25,36

**23. Определите оптовую цену промышленности, если полная себестоимость  $C_{\Pi} = 25$  руб., доля материала в полной себестоимости единицы продукции  $\alpha_{МЗ} = 0,8$ ; прибыль**

**и расходы сбытовых организаций на годовой объем реализации: (ПР + ТЗ) = 15 тыс. руб., оптовая цена предприятия  $C_{\text{опт. пред}} = 34$  руб., годовой объем  $Q_{\Gamma} = 5$  т; НДС = 0,18.**

а) 34 руб. б) 40,6 руб. в) 29,8 руб. г) 39,8 руб.

### ОЦЕНКА ТЕСТА

За каждый правильный ответ -1 балл.

За неправильный или неуказанный ответ -0 баллов.

Шкала оценок:

- не зачтено (неудовлетворительно) до 40%;
- зачтено от 41%
- (41-60% - удовлетворительно
- 61-80-хорошо
- 81-более – отлично).

**Задача 1.** Определите себестоимость швейного изделия, если известны следующие данные: Свободная отпускная цена (с НДС) 1 м<sup>2</sup> ткани – 250 рублей.

НДС – 20% к отпускной цене ткани без НДС.

Норма расхода ткани на пошив швейного изделия – 5 м<sup>2</sup>.

Вспомогательные материалы – 100 рублей.

Заработная плата производственных рабочих – 120 рублей.

Социальные отчисления во внебюджетные фонды – 30,2% от суммы заработной платы производственных рабочих.

Накладные расходы (кроме внепроизводственных) – 130% от заработной платы производственных рабочих.

Внепроизводственные расходы – 1,2% от производственной себестоимости.

**Задача 2.** Составьте калькуляцию себестоимости 100 кг писчей бумаги. Известны следующие данные о затратах на производство 100 кг писчей бумаги:

Стоимость сырья – 3000 рублей.

Транспортные расходы – 1% от стоимости сырья.

Топливо и энергия на технологические цели – 200 рублей.

Заработная плата производственных рабочих – 800 рублей.

Социальные отчисления во внебюджетные фонды – 30,2% от заработной платы производственных рабочих.

Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования – 50% от заработной платы производственных рабочих.

Цеховые расходы – 80% от заработной платы производственных рабочих.

Общехозяйственные расходы – 85% от заработной платы производственных рабочих.

Внепроизводственные расходы – 1,5% от производственной себестоимости.

**Задача 3.** Для производства 300 булок подольского хлеба предприятием закуплено сырья на сумму 1000 рублей с учетом НДС. Издержки производства хлеба предприятием (без НДС) помимо затрат на сырье – 300 рублей. Прибыль устанавливается предприятием в размере 20% от совокупных издержек. Ставка НДС на хлеб – 10%.

Определите свободную отпускную цену промышленности на хлеб.

**Задача 4.** На предприятии производится бензин автомобильный с октановым числом “76”. Себестоимость 1 тонны бензина – 2500 рублей. Расчетная прибыль предприятия на 1 тонну бензина – 750 рублей. Ставка акциза – 455 рублей за 1 тонну. Оптовая организация по договоренности установила оптово-сбытовую надбавку в размере 18%. Ставка НДС – 20%.

Рассчитайте оптовую рыночную цену за 1 тонну бензина.

**Задача 5.** Предприятие производит ликер с содержанием спирта 28%. Себестоимость 1 бутылки емкостью 0,5 литра – 36 рублей. Прибыль устанавливается

предприятием-изготовителем в размере 20% от себестоимости. Ставка акциза 84 рубля за 1 литр безводного (стопроцентного) этилового спирта, содержащегося в подакцизном товаре. Ставка НДС – 20%. Торговая надбавка составляет 25% от отпускной цены предприятия.

Рассчитайте розничную цену 1 бутылки ликера.

#### 14. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВОпо направлению подготовки реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий - компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов предусмотрены встречи с представителями компаний Саратова и области, государственных и общественных организаций, мастер-классы.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, по требованиям ФГОС, с учетом специфики ООП, составляет 20 %. Перечень информационных технологий: 1С Предприятие: 8.0

#### 15. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

##### 1. Обязательные издания

1. Лев М.Ю. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Мировая экономика», «Налоги и налогообложение» / Лев М.Ю.— Электрон.текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 719 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8593>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Лосева О.В. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лосева О.В.— Электрон.текстовые данные. — Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2012. — 81 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22946>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю
3. Огорелкова Н.В. Производные финансовые инструменты [Электронный ресурс]: учебное пособие (для студентов экономического факультета заочной, заочно-ускоренной и очно-заочной форм обучения) / Огорелкова Н.В.— Электрон.текстовые данные. — Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012. — 104 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24923>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю
4. Шуляк П. Н. Ценообразование [Электронный ресурс] / Шуляк П. Н. - М. : Дашков и К, 2014. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394013874.html>
5. Магомедов М. Д. Ценообразование [Электронный ресурс] / Магомедов М. Д. - М. : Дашков и К, 2012. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394015212.html>

##### 2. Дополнительные издания

6. Маркетинговое ценообразование и анализ цен [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Л.А. Данченко [и др.]. — Электрон.текстовые данные. — М.: Евразийский открытый институт, 2008. — 180 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10713>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю
7. Ценообразование в организации. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Т.В. Емельянова [и др.]. — Электрон.текстовые данные. — Минск:



- Высшая школа, 2013. — 336 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35571>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю
8. Ценообразование в организации [Электронный ресурс]: практикум. Учебное пособие/ Т.В. Емельянова [и др.]. — Электрон.текстовые данные. — Минск: Высшая школа, 2011. — 332 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20170>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю
  9. Фофанов В.А. Учет затрат, калькулирование себестоимости продукции различных отраслей [Электронный ресурс]/ Фофанов В.А.— Электрон.текстовые данные. — М.: ГроссМедиа, 2008. — 187 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1091>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю
  10. Постникова Е.С. Ценообразование и цены на продукцию наукоемких предприятий [Электронный ресурс] : Учеб.пособие / Постникова Е.С. - М. : Издательство МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2007. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785703831014.html>
  11. Ермолаев Е.Е., Шумейко Н.М., Сборщиков С.Б. Основы ценообразования и сметного дела в строительстве [Электронный ресурс] : Учебник / Ермолаев Е.Е., Шумейко Н.М., Сборщиков С.Б. - М. : Издательство АСВ, 2009. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785930934401.html>

### *3. Периодические издания*

12. Вопросы экономики: теоретический и научно-практический журнал общэкономического содержания / Гл ред. А.Я Котковский. – Москва: Российская Академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, (2010-2015), № 1 – 12. - ISSN 0042-8736
13. Деньги и кредит: теоретический, научно-практический журнал / Гл ред. В.С. Палевич. – Москва: ООО «Полиграфический комплекс ТОЧКА», (2010-2015), № 1 – 12. - ISSN 0130-3090
14. Управление риском :аналит. журн. / Гл ред. Р.Т. Юлдашев.- М. : ООО "Анкил". - (2010-2015), № 1 – 4. - ISSN 1684-6303
15. Экономика и управление: российский научный журнал / Гл ред. В.А. Гневко. – С/Пб: Издательство Санкт-Петербургского Университета, (2010-2015), № 1 – 12. - ISSN 1998-1627
16. Экономист: науч.-практ. журн. / Гл ред. С.С. Губанов. – Москва: Российская Академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, (2010-2015), № 1 – 12. ISSN 0869-4672

### *4. Источники ИОС*

17. [https://portal3.sstu.ru/Facult/FEM/EID/TORG\\_Kom/TORG\\_b\\_b1211k\\_7/default.aspx](https://portal3.sstu.ru/Facult/FEM/EID/TORG_Kom/TORG_b_b1211k_7/default.aspx)

### *5. ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ*

18. [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) Сайт компании «Консультант плюс»
19. <http://www.costinfo.ru> – Интернет-сайт «Справочник потребителя»
20. <http://www.newtariffs.ru> - Интернет-сайт «Тарифы»
21. <http://finance.rambler.ru> - Интернет-сайт «Rambler-финансы»

## **16. Материально-техническое обеспечение**

Для проведения занятий по дисциплине используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа и выполнения курсовых работ,

групповых и индивидуальных консультаций и самостоятельной работы, доступ к сети Интернет и электронно-информационной среде.

Информационное и учебно-методическое обеспечение.

Информационное и учебно-методическое обеспечение образовательной деятельности по дисциплине включает электронную информационно-образовательную среду СГТУ имени Гагарина Ю.А., электронно-библиотечную систему, электронную библиотеку вуза; лицензионное программное обеспечение; использование наглядных учебных пособий, множительную и вычислительную технику; компьютерные программы.

Перечень оборудования информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю):

- ноутбук,
- проектор,
- звуковое оборудование,
- экран,
- стационарный компьютер.

Материал оформлен в виде презентаций. Используется лицензионное программное обеспечение MicrosoftOffice Профессиональный плюс 2007, KasperskyEndpointSecurity для Windows.

Используется подключение к сети Internet с помощью WiFi и сетевого кабеля.

Для организации самостоятельной работы студентов открыт доступ в компьютерные аудитории в свободное от занятий время, имеется оборудование и программное обеспечение для реализации интерактивного доступа студентов к электронным учебно-методическим материалам в информационно-образовательной среде СГТУ имени Гагарина Ю.А. (<http://www.sstu.ru/ios>), в сети Интернет, электронной библиотеки технического вуза ЭБС «IPRBooks».