

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
 (ВлГУ)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
 по образовательной деятельности

_____ А.А.Панфилов

_____ 2019 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Направление подготовки – 38.03.06 «Торговое дело»

Профиль/программа подготовки – «Коммерция»

Уровень высшего образования – бакалавриат

Форма обучения – заочная (ускоренное обучение на базе СПО 2019)

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экз./зачет/зачет с оценкой)
5	5 /180	4	4	-	145	экзамен (27)
Итого	5 /180	4	4	-	145	экзамен (27)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины заключается в изучении экономически обоснованной методики установления цен, ценовой политики с целью принятия компетентных решений в области ценообразования на микро- и макроуровне, с учетом конкретных ситуаций на товарных рынках, последовательной их реализации для эффективного функционирования предприятий в условиях рыночных отношений.

Задачи:

- изучить роль цены в современном хозяйственном механизме;
- изучить сущность и методы регулирования цен;
- изучить особенности формирования цен в отдельных отраслях народного хозяйства;
- изучить ценообразование на мировом товарном рынке;
- привить практические навыки в проведении расчетов по обоснованию уровня цены на выпускаемую продукцию (услуги), выбору наиболее эффективных методов ценообразования; в разработке ценовой политики предприятия и выбору альтернативных стратегий ценообразования, в применении форм и методов государственного регулирования цен.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Ценообразование» является дисциплиной вариативной части учебного плана по направлению 38.03.06 «Торговое дело».

Пререквизиты дисциплины: «Экономическая теория», «Экономика организации», «Маркетинг», «Статистика».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
<i>(ОК-2) способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах</i>	Частичное освоение компетенции	Знать: <ul style="list-style-type: none">- теоретические основы ценообразования; содержание основных методов ценообразования;- специфические характеристики ценообразования на различных рынках;основные категории, понятия и показатели, используемые в экономической практике расчета и обоснования цен на товары;виды себестоимости продукции и возможности ее снижения с учетом развития производства;структуру и анализ себестоимости товаров;виды цен, используемые в теории и практике ценообразования Уметь: <ul style="list-style-type: none">- провести статистические исследования динамики цен;- осуществить анализ безубыточности ценовых решений;- рассчитать различные виды цен известными методами Владеть <ul style="list-style-type: none">- навыками самостоятельного применения теоретиче-

		ских основ; - навыками анализа и оценки структуры цен
<i>(ПК-3) готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</i>	Частичное освоение компетенции	<i>Знать:</i> - маркетинговые подходы к ценообразованию; - влияние цены на потребительский спрос <i>Уметь:</i> - искать информацию, необходимую для анализа конъюнктуры рынка и динамики цен; - провести маркетинговые исследования рынка с целью оценки реакции покупателей на цены, их изменение и выделить основные ценообразующие факторы; - оценить эластичность спроса <i>Владеть:</i> - навыками анализа маркетинговой информации
<i>(ПК-9) готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</i>	Частичное освоение компетенции	<i>Знать:</i> - закономерности формирования стратегии и тактики ценообразования <i>Уметь:</i> - обосновать целесообразность применения известных стратегий и тактических приемов ценообразования <i>Владеть:</i> - навыками разработки ценовой политики для товаров и услуг

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов

№ п/п	Наименование тем и / или разделов / тем дисциплины	Семестр		Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
		Неделя семестра	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС			
1	Предмет и задачи дисциплины. Теоретические основы ценообразования	5	20	1			24	1/100	
2	Ценообразование в условиях рыночной экономики	5	20	1			24	1/100	Рейтинг-контроль № 1
3	Система и виды цен	5	21	2			24	2/100	
4	Методология ценообразования на предприятии	5	21		2		25		Рейтинг-контроль № 2
5	Ценообразование во внешне-экономической деятельности	5	22		1		24		
6	Регулирование цен в условиях рыночной экономики	5	22		1		24		Рейтинг-контроль № 3
Всего за семестр:				4	4		145	4/50	экзамен (27)
Наличие в дисциплине КП/КР				-	-	-	-	-	
Итого по дисциплине				4	4		145	4/50	экзамен (27)

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Предмет и задачи дисциплины. Теоретические основы ценообразования

Предмет и задачи курса. Связь ценообразования как учебной дисциплины с другими дисциплинами (микроэкономика, макроэкономика, экономика предприятия, маркетинг). Особенности денежных измерителей. Экономическое содержание цены. Стоимость товара как объективная основа цены. Функции цен в плановой и рыночной экономике. Индивидуальная и общественная (рыночная) цена. Уровни ценообразования. Факторы и закономерности динамики цен.

Тема 2. Ценообразование в условиях рыночной экономики

Спрос и предложение. Рыночный механизм ценообразования. Причины и факторы изменчивости спроса и предложения. Спрос: понятие, шкала спроса. Закон спроса. Кривая спроса. Индивидуальный и совокупный рыночный спрос. Ценовые и неценовые факторы, вызывающие изменения спроса. Эластичность спроса, единичная эластичность, эластичный и неэластичный спрос. Показатели эластичности спроса. Перекрестная эластичность. Эластичность в точке и дуговая эластичность. Эффекты, обусловленные малоценными и низкокачественными товарами. Эффект Гиффена. Эластичность спроса по доходу. Предложение: понятие, шкала предложения. Закон предложения. Кривая предложения. Предложение, его величина. Изменение предложения под воздействием ценовых и неценовых факторов. Эластичность предложения: единичная эластичность, эластичное и неэластичное предложение. Вариант совершенно неэластичного предложения. Показатели эластичности предложения. Влияние факторов времени на эластичность предложения. Эффекты избыточного спроса и предложения. Рыночное равновесие и равновесная цена. Уравновешивающая функция цен. Смещение кривых спроса и предложения. Ситуации отсутствия равновесных цен. Дефицит. Излишек. Ситуации отсутствия рынка. Конкуренция и ее влияние на цены. Ценовая и неценовая конкуренция. Конкуренция и типы рынков. Совокупный спрос и совокупное предложение. Рыночное ценообразование на макроэкономическом уровне. Факторы снижения и повышения цен.

Тема 3. Система и виды цен

Понятие системы цен. Параметры, характеризующие систему цен (уровень, структура, динамика). Механизмы формирования цен. Виды цен и их классификация. Свободные, регулируемые и фиксированные цены. Оптовые цены продукции промышленности, закупочные, розничные цены, цены продукции строительства, тарифы. Оптовые и торговые надбавки, их структура, порядок установления, применения и фиксирования. Краткая характеристика отдельных видов цен. Монопольные цены: монопольно высокие и монопольно низкие. Сущность этих цен. Роль антимонопольных органов в выявлении монопольных цен, ограничении, пресечении монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции. Санкции за нарушение антимонопольного законодательства в области ценообразования. Особенности формирования свободных цен внутреннего рынка на биржах, торгах, аукционах.

Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине

Тема 4. Методология ценообразования на предприятии

Издержки производства предприятия: внешние и внутренние. Валовой доход и предпринимательский доход. Прибыль. Систематизация издержек по критерию их зависимости от объема выпускаемой продукции: постоянные, переменные, общие, средние и предельные издержки, их взаимосвязи. Издержки производства в долгосрочном периоде. Издержки и ценообразование фирмы в условиях совершенной и несовершенной конкуренции. 3. Сущность и виды себестоимости для ценообразования. Классификация затрат, входящих в себестоимость, по различным признакам. Экономическая сущность и целесообразность деления затрат на прямые и косвенные, на условно-постоянные и условно-переменные. Сущность калькулирования, методы применяемые при калькулировании. Формирование цен с помощью

показателей рентабельности. Сущность, цели и задачи ценовых стратегий. Взаимосвязь ценовой стратегии и ценовой политики. Сочетание и последовательность разработки ценовой политики и ценовой стратегии.

Тема 5. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности

Таможенная стоимость – база формирования цен на импортные товары. Методы определения цен на импортные товары. Таможенные платежи, порядок их использования в практике ценообразования на импортные товары. Экспортные и импортные цены в системе показателей эффективности внешнеторговых операций и инструментов таможенного регулирования. Мировые цены как база расчета цен внешнеторговых контрактов.

Тема 6. Регулирование цен в условиях рыночной экономики

Сущность регулируемых цен и их роль в условиях рыночной экономики. Методы регулирования цен. Органы, осуществляющие административное регулирование цен. Регулирование цен в сферах естественных монополий. Регулирование цен на отдельные виды товаров и услуг.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Ценообразование» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- *Интерактивная лекция (тема № 1-3);*
- *Групповая дискуссия (тема № 6);*
- *Разбор конкретных ситуаций (тема № 4, 5, 6)*
- *Ролевые игры (тема № 5)*

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3).

Тест к рейтинг-контролю № 1

1. Современная экономика определяет цену как:

- a) количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги
- b) денежное выражение стоимости
- c) форма выражения ценности, полезности благ, проявляющаяся в процессе обмена
- d) фокус, в котором сходятся числовые поля конъюнктуры рынка

2. А. Смит определял цену как:

- a) количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги
- b) денежное выражение стоимости
- c) форма выражения ценности, полезности благ, проявляющаяся в процессе обмена
- d) фокус, в котором сходятся числовые поля конъюнктуры рынка

3. В рамках теории полезности цена определяется как:

- a) количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги
- b) денежное выражение стоимости

- c) форма выражения ценности, полезности благ, проявляющаяся в процессе обмена
 - d) фокус, в котором сходятся числовые поля конъюнктуры рынка
- 4. Классический подход к концепции ценообразования определяет цену как:**
- a) количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги
 - b) денежное выражение стоимости
 - c) форма выражения ценности, полезности благ, проявляющаяся в процессе обмена
 - d) фокус, в котором сходятся числовые поля конъюнктуры рынка
- 5. К функциям цены НЕ относится:**
- a) учетно-измерительная функция
 - b) стимулирующая функция
 - c) распределительная функция
 - d) максимизирующая функция
- 6. К функциям цены НЕ относится:**
- a) учетно-измерительная функция
 - b) оптимизирующая функция
 - c) стимулирующая функция
 - d) балансирующая функция
- 7. Ценообразующими факторами называют...**
- a) многообразие условий, в которых формируются структура и уровень цены
 - b) формы связей между товарами, выражающие их взаимную экономическую зависимость
 - c) задачи ценообразования
 - d) виды цен
- 8. К задачам ценообразования НЕ относится:**
- a) увеличение числа стран мира, создающих рыночную экономику
 - b) реализация экологической политики
 - c) решение социальных вопросов
 - d) устранение конкуренции
- 9. Влиянием каких факторов обусловлены цены на товары первой необходимости:**
- a) базовые
 - b) конъюнктурные
 - c) сырьевые
 - d) регулирующие
- 10. Кто из перечисленных сторон НЕ является участником процесса ценообразования:**
- a) государство
 - b) покупатель
 - c) продавец
 - d) бухгалтер
- 11. Цена способна воздействовать и на производство, и на потребление через:**
- a) функцию балансирования спроса и предложения
 - b) стимулирующую функцию
 - c) распределительную функцию
 - d) учетно-измерительную функцию
- 12. Сезонность спроса на товар является показателем влияния такого ценообразующего фактора, как:**
- a) регулирующий
 - b) конъюнктурный
 - c) базовый
 - d) сезонный

13. Основная задача потребителя в ценообразовании – это...

- a) решение социальных вопросов
- b) покрытие затрат на производство продукции и обеспечение прибыли
- c) удовлетворить свою потребность с учетом взаимозаменяемости продукции
- d) стимулирование выпуска прогрессивных товаров

14. Функцией, показывающей, во что обходится обществу удовлетворение конкретной потребности в той или иной продукции, является:

- a) учетно-измерительная функция
- b) стимулирующая функция
- c) функция перелива капитала
- d) распределительная функция

15. С помощью механизма цен для получения более высокой прибыли осуществляется перелив капиталов из одного сектора экономики в другой и внутри отдельных секторов туда, где норма прибыли более высокая, благодаря:

- a) учетно-измерительной функции
- b) стимулирующей функции
- c) функции перелива капитала
- d) распределительной функции

16. Поощрительное или сдерживающее воздействие цены на производство и потребление различных видов товаров обеспечивается:

- a) учетно-измерительной функцией;
- b) стимулирующей функцией;
- c) функцией перелива капитала;
- d) распределительной функцией.

17. Формирование конечного уровня цены происходит:

- a) в сфере производства
- b) в сфере потребления
- c) в рыночных условиях
- d) после уплаты таможенных пошлин

18. К факторам, влияющим на цену, НЕ относится:

- a) потребительский выбор
- b) производственный потенциал
- c) предложение
- d) спрос

19. Снижение цены на товар приводит к росту выручки от продаж в случае:

- a) высокоэластичного спроса;
- b) низкоэластичного спроса;
- c) единичной эластичности;
- d) нулевой эластичности.

20. Если коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене больше нуля, то товары являются:

- a) взаимозаменяемыми;
- b) взаимодополняемыми;
- c) независимыми;
- d) нормальными.

Тест к рейтинг-контролю № 2

1. Система цен включает следующие блоки:

- a) национальные – местные – мировые
- b) оптовые – закупочные – розничные – рыночные
- c) постоянные – временные – сезонные – разовые
- d) оптовые – договорные – прейскурантные

2. Виды цен в зависимости от территории действия:

- a) единые
- b) зональные
- c) рыночные
- d) справочные
- e) местные
- f) гибкие
- g) контрактные

3. Подсистема, входящая в систему цен

- a) внутренние (национальные) цены
- b) цены бартерных операций
- c) цены “чёрного” рынка
- d) верны все ответы

4. Динамика справочных цен и цен фактических сделок ...

- a) совпадает в долгосрочном периоде
- b) совпадает в краткосрочном периоде
- c) не зависят друг от друга
- d) верны ответы a), b)

5. Инфляция измеряется с помощью такого показателя, как :

- a) доход
- b) индекс цен
- c) предложение
- d) спрос

6. Общее повышение уровня цен на товары и услуги называется:

- a) инфляцией
- b) дефляцией
- c) деноминацией
- d) девальвацией

7. К рычагам прямого ценового регулирования НЕ относятся:

- a) установление верхнего абсолютного предела цены
- b) установление норматива рентабельности в процентах к себестоимости
- c) определение нижнего предела цены
- d) определение модели цены

8. Понятие «контрактная цена» означает то же самое, что и...

- a) цена фактической сделки
- b) договорная цена
- c) закупочная цена
- d) равновесная цена

9. «Цена изготовителя» и «оптовая цена закупки (приобретения)» будут равны друг другу при определении цены на...

- a) уголь
- b) нефть
- c) запчасти для заказной продукции
- d) газ

10. От чего НЕ зависят условия «франко»:

- a) от типа товара
- b) от особенностей его транспортировки
- c) от рыночной стратегии продавца
- d) от государственной политики

11. Какое определение приемлемо для категории «торговая надбавка»:

- a) прямой налог
- b) косвенный налог

- c) акциз
- d) сумма плановых издержек обращения, оптовая надбавка и плановая прибыль

12. По какой цене одежда продается населению:

- a) оптовой
- b) цене торгов
- c) биржевой
- d) розничной

13. Какая цена более выгодна покупателю в условиях инфляции?

- a) твердая
- b) подвижная
- c) скользящая
- d) биржевая

14. Какая цена более выгодна продавцу в условиях инфляции?

- a) твердая
- b) гибкая
- c) скользящая
- d) оптовая

15. По стадиям движения товара выделяют:

- a) регулируемые цены
- b) закупочные цены
- c) скользящие цены
- d) розничные цены

16. Особенность оптовых цен заключается в том, что они...

- a) назначаются на крупные партии товара
- b) устанавливаются при продаже товара промежуточному потребителю
- c) устанавливаются при продаже товара для конечного потребления
- d) предполагают безналичную форму расчета за товар

17. Особенность розничных цен заключается в том, что они...

- a) назначаются на крупные партии товара
- b) устанавливаются при продаже товара промежуточному потребителю
- c) устанавливаются при продаже товара для конечного потребления
- d) предполагают безналичную форму расчета за товар

18. К какому критерию классификации относятся твердые цены?

- a) степень регулирования
- b) устойчивость во времени
- c) ориентир для фиксации контрактных цен
- d) стадии товародвижения

19. Цена твердая – это:

- a) цена, полученная на основе объективно обусловленных оценок затрат и дохода от реализации товара
- b) цена, ниже которой продавец не согласен продать свой товар, или цена, которую готов заплатить покупатель
- c) цена, установленная при заключении договора и остающаяся неизменной в течение всего срока его действия
- d) цена товаров, приобретаемых розничным торговцем у оптовика для дальнейшей перепродажи

20. Подвижная цена – это:

- a) цена разнородных по качеству товаров, устанавливаемая в среднем вне зависимости от индивидуальных качеств, сортов отдельных единиц товара
- b) цена, по которой товар реализуется с немедленной оплатой
- c) зафиксированная при заключении контракта цена, которая может быть пересмотрена в дальнейшем, если рыночная цена данного товара к моменту его поставки изменится

d) цена, установленная на основе изучения спроса и предложения в условиях сильно монополизированного рынка

Тест к рейтинг-контролю № 3

1. Основное требование государства в ценообразовании – это...

- a) решение социальных вопросов
- b) покрытие затрат на производство продукции и обеспечение прибыли
- c) учет взаимозаменяемости продукции
- d) стимулирование сбыта товаров

2. Решая социальные вопросы, государство...

- a) само выпускает продукцию
- b) устанавливает уровень цен на все товары
- c) разрешает включать в себестоимость расходы на закупку очистного оборудования
- d) выплачивает дотации предприятиям или субсидии потребителям

3. Решая социальные вопросы, государство...

- a) само выпускает продукцию
- b) контролирует ценообразование на все товары
- c) разрешает включать в себестоимость расходы на закупку очистного оборудования
- d) устанавливает верхний уровень цен

4. Поддерживая отечественного производителя, государство...

- a) увеличивает таможенные пошлины на ввоз отдельных товаров
- b) покрывает затраты на производство продукции
- c) снижает таможенные пошлины на ввоз отдельных товаров
- d) запрещает покупателям приобретать импортные товары

5. Поддерживая стратегически важные производства, государство НЕ...

- a) размещает государственные заказы
- b) вводит льготный режим налогообложения
- c) устанавливает нижний уровень цены на товар
- d) создает жесткие конкурентные условия для предприятий

6. Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает

выполнение ценами

- a) учетно-измерительной функции
- b) стимулирующей функции
- c) перераспределительной функции
- d) функции баланса спроса и предложения

7. На решение каких задач направлены закупочные цены:

- a) ограничение власти предприятий-монополистов
- b) обеспечение необходимой прибыли сельскохозяйственным производителям
- c) задачи социальной политики государства
- d) поддержка пенсионеров

8. С какой целью государство устанавливает нижний предел цены:

- a) для решения социальных вопросов
- b) для обеспечения необходимой прибыли предприятия
- c) для поддержания научно-технического прогресса
- d) в целях ограничения власти предприятий-монополистов

9. При формировании тендерных цен:

- a) участвует один продавец и много покупателей
- b) участвует много продавцов и один покупатель
- c) участвует много продавцов и много покупателей
- d) количество участников может быть любым

10. При формировании аукционных цен:

- a) участвует один продавец и много покупателей
- b) участвует много продавцов и один покупатель
- c) участвует много продавцов и много покупателей
- d) количество участников может быть любым

11. При формировании биржевых цен:

- a) участвует один продавец и много покупателей
- b) участвует много продавцов и один покупатель
- c) участвует много продавцов и много покупателей
- d) количество участников может быть любым

12. Термин, который означает, до какого пункта на пути движения товара от продавца к покупателю продавец возмещает транспортные расходы:

- a) «франко»
- b) «брутто»
- c) «нетто»
- d) «тариф»

13. Государственное регулирование цен наиболее развито и распространено:

- a) в планово-централизованной системе управления экономикой
- b) в чисто рыночно системе управления экономикой
- c) в смешанной системе управления экономикой
- d) в условиях олигополистической конкуренции

14. К рычагам прямого ценового регулирования НЕ относятся:

- a) установление верхнего абсолютного предела цены
- b) установление норматива рентабельности в процентах к себестоимости
- c) определение нижнего предела цены
- d) определение модели цены

15. Цены регулируются на уровне субъектов Федерации:

- a) на услуги, оказываемые предприятиям промышленности железнодорожным транспортом на подъездных путях.
- b) керосин
- c) протезно-ортопедические изделия
- d) топливо твердое, реализуемое для населения

16. К косвенным методам регулирования цен можно отнести:

- a) установление предельного норматива рентабельности
- b) установление рекомендательных цен по важнейшим видам продукции
- c) изменение акцизной ставки
- d) установление паритетных цен

17. К продукции, цены на которую регулируются на федеральном уровне, НЕ относятся:

- a) алмазное сырье и драгоценные камни
- b) газ природный, реализуемый населению
- c) электро- и теплоэнергия, тарифы на которые регулируются ФЭК

18. Осуществление какого демпинга невозможно без участия государства:

- a) товарного
- b) валютного
- c) финансового
- d) сырьевого

19. Какие формы государственного регулирования применяются на федеральном уровне для стабилизации сельскохозяйственного рынка:

- a) интервенции
- b) замораживание цен
- c) запрет на свободное перемещение продукции
- d) отказ от закупок импортной продукции

20. К косвенному регулированию сельскохозяйственного рынка относят:

- a) запрет на свободное перемещение продукции
- b) дотации, компенсации, субсидии и субвенции
- c) регулирование цен на промышленную продукцию и услуги, потребляемые селом
- d) отказ от закупок импортной продукции

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в форме экзамена.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

- 1. «Цена» и «стоимость», их понятие, взаимосвязь, парадигмы цены.
- 2. Функции цен в рыночной экономике и их реализация.
- 3. Факторы спроса, определяющие цену спроса на товар. Неценовые факторы спроса.
- 4. Факторы предложения, определяющие цену предложения товара. Неценовые факторы предложения.
- 5. Система цен в рыночной экономике РФ, их виды, группировка.
- 6. Требования, предъявляемые к системе цен.
- 7. Основные виды (сферы) рыночного ценообразования, их характерные особенности.
- 8. Характер ценообразования на конкурентном рынке.
- 9. Характер ценообразования на монополистическом рынке.
- 10. Рынок олигополистической конкуренции, характер ценообразования на нем.
- 11. Подходы в ценообразовании, их понятие, отличительные особенности.
- 12. Ценообразование: цели и задачи. Организация, порядок и этапы работы на предприятии по формированию цен.
- 13. Ценовые стратегии предприятия, их виды, условия выбора.
- 14. Стратегия дифференцированного ценообразования, ее содержание.
- 15. Стратегия конкурентного ценообразования, ее содержание.
- 16. Стратегии ассортиментного ценообразования, ее содержание.
- 17. Основные элементы и этапы разработки ценовых стратегий.
- 18. Ценовая политика предприятия в условиях рынка и ее проблемы, этапы разработки и реализации.
- 19. Методы формирования цен, их содержание и отличительные особенности.
- 20. Затратные методы установления цены, их содержание, достоинства и недостатки.
- 21. Метод установления цены на основе «анализа безубыточности», его содержание.
- 22. Состав и структура цены, ее основные элементы.
- 23. НДС, акцизы, таможенные пошлины, порядок включения в цену в соответствии с Налоговым кодексом (части I и II).
- 24. Система скидок и надбавок к цене, механизмы их применения. Плановые и тактические скидки.
- 25. Методы оценки риска в расчете цен.
- 26. Индексация цен, методология расчета.
- 27. Влияние инфляции на экономику предприятия, порядок расчета.
- 28. «Издержки», их понятие и значение для формирования цены.
- 29. Состав издержек и порядок их включения в цену.
- 30. Постоянные и переменные издержки, их состав и характеристика.

31. Средние и предельные издержки, методика их расчета.
32. Факторы, влияющие на уровень издержек.
33. Влияние изменения цен и издержек на прибыль предприятия, порядок расчета.
34. Оптовая цена предприятия-изготовителя и порядок ее расчета.
35. Розничная цена, порядок ее расчета, сферы применения.
36. Мировые цены, их понятие и виды, роль и значение в международном сотрудничестве.
37. Принципы международного ценообразования, их характеристика.
38. Методологические подходы к определению уровня мировых цен.
39. Таможенная стоимость товара, порядок ее установления.
40. Цены на экспортируемую продукцию, порядок ее установления.
41. Регулирование цен и тарифов в РФ.
42. Регулирование цен во внешнеэкономической деятельности.
43. Цены и финансово-кредитный механизм РФ, их взаимодействие.
44. Цены и налоговый механизм РФ, их взаимодействие.
45. Цены и финансы, их взаимодействие на микроуровне.
46. Ценовая дискриминация, формы ее проявления.
47. Особенности установления цен на продукцию и услуги строительных организаций.
48. Особенности установления цен на продукцию (работы, услуги) сельского хозяйства.
49. Особенности установления цен (тарифов) на услуги связи.
50. Особенности установления цен на услуги образовательных учреждений.
51. Особенности установления цен на услуги здравоохранения.
52. Особенности установления цен (рыночной стоимости) на рынке ценных бумаг.
53. Особенности установления нормативной цены (кадастровой стоимости) земли.
54. Особенности установления цен, тарифов на работы, услуги жилищно-коммунального хозяйства.

Самостоятельная работа предполагает:

- 1) Выполнение контрольной работы расчетного типа выполняется по вариантам (10) на основе методических указаний по выполнению контрольной работы.
- 2) Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное изучение научно-практического материала по заданным вопросам

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, издательство	Год	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		печатные издания (кол-во)	электронные (наименование ресурсов)
1	2	3	4
Основная литература			
1. Ценообразование: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры по эко-	2018	3	

номическим направлениям / Н. Ф. Ефимова [и др.] ; под ред. Т. Г. Касьяненко. – 7-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт. - 437 с.*			
2. Ценообразование: Учебно-практическое пособие / Шуляк П.Н., - 13-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, - 196 с.	2018		http://znanium.com/catalog/product/342026
3. Ценообразование: Учебное пособие / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова; Под ред. В.А. Слепова; РЭА им. Г.В. Плеханова. - М.: Магистр: ИНФРА-М. - 144 с.	2018		http://znanium.com/catalog/product/961569
4. Маховикова Г.А., Лизовская В.В. Ценообразование в торговом деле : теория и практика : учебник для бакалавров по экономическим направлениям и специальностям. – М.: Юрайт. - 231 с.*	2016	5	
Дополнительная литература			
1. Государственное регулирование цен (тарифов) в Российской Федерации: административно-правовой аспект : учеб. пособие / С.Н. Зайкова.- М. : ИНФРА-М. - 247 с.	2019		http://znanium.com/catalog/product/962151
2. Магомедов М. Д., Ценообразование: Учебник для бакалавров [Электронный ресурс] / Магомедов М. Д. - М. : Дашков и К, - 248с.	2017		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394026638.html
3. Технология и организация гостиничных услуг : учебник / Л.Н. Семеркова, В.А. Белякова, Т.И. Шерстобитова, С.В. Латынова.-М. : ИНФРА-М.- 320с.	2019		http://znanium.com/catalog/product/1023718
4. Управление ценами: Учебник / Карпов С.В., Русин В.Н., Рожков И.В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М. - 236 с.	2016		http://znanium.com/catalog/product/503947

7.2. Периодические издания

Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*

Вопросы экономики*

Маркетинг в России и за рубежом*

Проблемы современной экономики*

*Примечание: * - литература из фонда библиотеки ВлГУ*

7.3. Интернет-ресурсы

1. Федеральный портал «Российское образование». – URL: <http://edu.ru/>

2. Сайт «Ценообразование». – URL: <http://pricinginfo.ru>

3. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент». – URL: <http://ecsocman.edu.ru/>

4. Официальный интернет-портал Федеральной службы государственной статистики (Росстат). – URL: <http://www.gks.ru/>

5. Официальный сайт Министерства финансов РФ. – URL: <http://www1.minfin.ru>

6. Электронная библиотечная система ВлГУ. – URL: <http://library.vlsu.ru/>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий *лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы:* аудитории, оснащенные мульти-медиа оборудованием, компьютерные классы с доступом в интернет, аудитории без специального оборудования.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: пакет MS-Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader; СПС «Консультант Плюс» (инсталлированный ресурс ВлГУ).

Примечание

В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.06 «Торговое дело»

Рабочую программу составил к.э.н. доцент Жуковская И.Ф.

Рецензент

(представитель работодателя) ООО «ГИПЕРГЛОБУС» г. Владимир
руководитель отдела персонала Истратова О. В.



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и гостеприимства
протокол № 14 от 6 июля 2019 г.
Заведующий кафедрой к.э.н., доцент Ярьс О.Б.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 38.03.06 «Торговое дело»
протокол № 3 от 7 июля 2019 г.
Председатель комиссии Полоцкая О.П.

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Рабочая программа одобрена на 2020/2021 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 31.08.2020 года

Заведующий кафедрой к.э.н., доц. Ярьес О.Б. _____



Рабочая программа одобрена на 2021/22 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 25.08.21 года

Заведующий кафедрой _____

к. э. н. доц Ярьес О.Б.



Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № ___ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № ___ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № ___ от _____ года

Заведующий кафедрой _____