

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)



А.А.Панфилов

« 26 » марта 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЦЕН

Направление подготовки – 38.03.06 «Торговое дело»

Профиль/программа подготовки – «Коммерция»

Уровень высшего образования – бакалавриат

Форма обучения – очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экз./зачет/зачет с оценкой)
7	5 /180	36	18	-	99	экзамен (27)
Итого	5 /180	36	18	-	99	экзамен (27)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Планирование и прогнозирование цен» заключается в изучении экономически обоснованной методики установления цен, ценовой политики с целью принятия компетентных решений в области планирования цен 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 планирования и прогнозирования;
- 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 планирования цен; 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 «Планирование и прогнозирование цен» 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">- основные категории, понятия и показатели, используемые в экономической теории и практике расчета и обоснования цен на товары;- затратные подходы к ценообразованию;- структуру и анализ себестоимости товаров 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 теоретических основ;- навыками анализа и оценки структуры цен

<p><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></p>	<p>Частичное освоение компетенции</p>	<p><i>Знать:</i> - маркетинговые подходы к ценообразованию; <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</p>
<p><i>(ПК-9) готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</i></p>	<p>Частичное освоение компетенции</p>	<p><i>Знать:</i> - закономерности формирования стратегии и тактики ценообразования <i>Уметь:</i> - использовать различные методы ценообразования для формирования диапазона цен на товары, работы, услуги <i>Владеть:</i> - навыками выполнения прогнозных и плановых расчетов</p>

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	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)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1	Методологические основы планирования и прогнозирования	7	1-2	4	2		11	3/50	
2	Теоретические основы ценообразования	7	3-4	4	2		11	3/50	
3	Система и виды цен	7	5-6	4	2		11	3/50	Рейтинг контроль № 1
4	Рыночные методы ценообразования	7	7-8	4	2		11	3/50	
5	Методы прогнозирования и планирования цен. Методы определения цен на основе издержек производства. Индексный метод.	7	9-10	4	2		11	3/50	
6	Методы прогнозирования и планирования цен. Параметрические и экспертные методы определения цен. Статистическая теория игр	7	11-12	4	2		11	3/50	Рейтинг контроль № 2
7	Планирование и прогнозирование цен на предприятии. Ценовая политика и стратегия фирмы	7	13-14	4	2		11	3/50	
8	Планирование и прогнозирование цен во внешнеэкономической деятельности	7	15-16	4	2		11	3/50	
9	Прогнозирование цен на макроэкономическом уровне. Государственное регулирование цен	7	17-18	4	2		11	3/50	Рейтинг контроль № 3
Итого за семестр:				36	18		99	27/50	экзамен (27)
Наличие в дисциплине КП/КР				-	-	-	-	-	
Всего по УП				36	18		99	27/50	экзамен (27)

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Методологические основы планирования и прогнозирования

Сущность прогнозирования. Функции прогнозирования. Понятие прогноза. Основные методологические принципы и задачи прогноза. Классификация (типизация) прогнозов. Классификация методов прогнозирования. Сущность нормативных методов прогнозирования. Необходимость, понятие и значение внутрифирменного прогнозирования. Сущность финансового планирования на предприятии. Задачи, цели и функции финансового планирования. Основные виды финансового плана. Планирование, сбыта, цен, доходов.

Тема 2. Теоретические основы ценообразования

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. Методология и принципы ценообразования.

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. Особенности ценообразования и цен в отдельных отраслях народного хозяйства. Особенности формирования свободных цен внутреннего рынка на биржах, торгах, аукционах. Состав и структура цены, ее основные элементы. Методы расчета средней цены и индексная оценка динамики цен

Тема 4. Ценообразование в условиях рыночной экономики

Спрос и предложение. Рыночный механизм ценообразования. Причины и факторы изменчивости спроса и предложения. Ценовые и неценовые факторы, вызывающие изменения спроса. Эластичность спроса. Показатели эластичности спроса. Предложение: понятие, шкала предложения. Закон предложения. Изменение предложения под воздействием ценовых и неценовых факторов. Эластичность предложения. Показатели эластичности предложения. Влияние факторов времени на эластичность предложения. Эффекты избыточного спроса и предложения. Рыночное равновесие и равновесная цена. 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 5. Методы прогнозирования и планирования цен. Методы определения цен на основе издержек производства. Индексный метод.

Метод установления цены товара на основе издержек производства. Ценовая стратегия, основанная на издержках. Метод безубыточности. Метод целевой прибыли. Определение цен с ориентацией на спрос. Классификация расходов, включаемых в себестоимость. Нормативное регулирование состава себестоимости товаров и услуг в РФ. Прямые и косвенные затраты, их влияние на уровень себестоимости единицы товара. Постоянные и переменные расходы, их влияние на уровень и динамику себестоимости товара. Методы определения этого влияния. Учет влияния изменения постоянных расходов в калькуляции на уровень цен. Обоснование прибыли и рентабельности в оптовой цене. Установление цены продукции на основе среднеотраслевой себестоимости и рентабельности

Стратегия ценообразования, основанная на спросе. Ценность товара и факторы её определяющие. Принципы и методы определения чувственности покупателей к цене.

Индексный метод установления цены в прогнозируемом периоде.

Тема 6. Методы прогнозирования и планирования цен. Параметрические и экспертные методы определения цен. Статистическая теория игр

Определение цен с ориентацией на уровень конкуренции. Торги. Тендер. Метод определения цены на основе равновесия между издержками производства и состоянием рынка. Статистическая теория игр. Методы экспертных оценок.

Эконометрические методы определения цен. Параметрический ряд. Метод удельных показателей. Метод регрессионного анализа. Балловый метод.

Трансфертные цены и методы их определения. Применяемые при этом виды цен и методы их установления.

Тема 7. Планирование и прогнозирование цен на предприятии. Ценовая политика и стратегия фирмы

Понятие и основные цели ценовой политики. Жизненный цикл товара. Характеристика его стадий. Обоснование цены на каждой стадии жизненного цикла товара. Виды цен, используемые при определении цены на принципиально новый товар. Факторы, определяющие их выбор. Виды цен на освоенные в производстве товары. Факторы, их определяющие. Этапы разработки ценовой стратегии: сбор исходной информации, стратегический анализ, формирование стратегии. Выбор стратегии ценообразования.

Тема 8. Планирование и прогнозирование цен во внешнеэкономической деятельности

Мировые цены, закономерности и факторы их формирования. Интернациональная стоимость как основа мировых цен. Ее отличие от национальной стоимости и зависимость от нее. Соотношение спроса и предложения на товары в мировой торговле. Влияние монополий на уровень и динамику цен мирового рынка. Государственное воздействие развитых стран на мировые цены. Инфляция и цены мирового рынка. Особенности планирования цен на экспортные товары и их отличие от внутренних цен. Контрактная цена и способ ее фиксации. Цены на экспортные товары. Виды цен, используемые в мировой торговле в зависимости от условий контракта. Цены на импортные товары. Элементы цены на импортные товары: импортная стоимость, таможенная пошлина, налог на добавленную стоимость, акцизы, транспортные расходы и их влияние на уровень цены. Таможенная стоимость и методы ее определения. Контроль за таможенной стоимостью. Учет влияния валютного курса при прогнозировании цены.

Тема 9. Прогнозирование цен на макроэкономическом уровне. Государственное регулирование цен

Цены и их роль в национальном счетоводстве. Динамическая макро модель рыночного ценообразования. Использование динамических моделей расчета макропоказателей. Модель межотраслевого баланса.

Необходимость регулирования экономики и цен. Кейнсианская и монетаристская концепции макроэкономического регулирования. Формы и методы воздействия государства на цены. Виды прямого (административного) и косвенного (экономического) регулирования цен. Ценовая политика государства. Органы исполнительной власти, формирующие и реализующие политику цен на федеральном и региональном уровнях. Действующие законодательные и нормативные документы в данной области. Осуществление государственного регулирования цен и тарифов в отраслях, относящихся к естественным монополиям. Санкции за нарушение антимонопольного законодательства в области ценообразования. Перечень товаров и услуг, по которым допускается прямое регулирование цен органами исполнительной власти. Контроль за соблюдением порядка применения регулируемых цен.

Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине

Тема 1. Методологические основы планирования и прогнозирования

Сущность и функции прогнозирования. Основные методологические принципы и задачи прогноза. Классификация (типизация) прогнозов. Классификация методов прогнозирования. Сущность нормативных методов прогнозирования. Сущность финансового планиро-

вания на предприятии. Задачи, цели и функции финансового планирования. Основные виды финансового плана.

Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, дискуссия

Тема 2. Теоретические основы ценообразования

Необходимые и достаточные условия для образования цены как экономической категории. Стоимостная теория цены. Функции цен как целостная система. Методы стимулирования ценами различных экономических субъектов.

Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, дискуссия

Тема 3. Система и виды цен

Система цен, ее понятие. Параметры, характеризующие систему цен. Виды цен и их классификация. Краткая характеристика отдельных видов цен. Особенности формирования цен в различных отраслях народного хозяйства. Методы расчета средней цены и индексная оценка динамики цен. Расчет индексов фондового рынка.

Форма занятия – устный опрос доклады в виде презентаций, тестирование, ситуационные задания, кейс

Тема 4. Ценообразование в условиях рыночной экономики

Потребности и спрос. Величина спроса. Ценовые и неценовые факторы, влияющие на спрос. Закон спроса. Производство и предложение. Ценовые и неценовые факторы, влияющие на предложение. Закон предложения. Эластичность спроса и предложения и ее виды. Равновесная цена и механизм ее образования. Мгновенное, краткосрочное и долгосрочное рыночное равновесие. Единый механизм равновесия.

Форма занятия – устный опрос, тестирование, практикум (решение задач)

Тема 5. Методы прогнозирования и планирования цен. Методы определения цен на основе издержек производства. Индексный метод.

Метод установления цены товара на основе издержек производства. Издержки производства предприятия. Классификация издержек. Издержки производства в краткосрочном и долгосрочном периоде. Издержки и ценообразование фирмы в условиях совершенной и несовершенной конкуренции. Классификация затрат, входящих в себестоимость, по различным признакам. Сущность калькулирования, методы, применяемые при калькулировании. Формирование цен с помощью показателей рентабельности. Стратегия ценообразования, основанная на спросе. Ценность товара и факторы её определяющие. Принципы и методы определения чувствительности покупателей к цене. Индексный метод установления цены в прогнозируемом периоде.

Форма занятия – устный опрос, практикум (решение задач)

Тема 6. Методы прогнозирования и планирования цен. Параметрические и экспертные методы определения цен. Статистическая теория игр

Ценообразование с учетом конкуренции. Торги. Тендер. Расчет тендерной цены. Метод определения цены на основе равновесия между издержками производства и состоянием рынка. Эконометрические методы определения цен. Метод удельных показателей. Метод регрессионного анализа. Балловый метод. Трансфертные цены и методы их определения.

Форма занятия – устный опрос, тестирование, практикум (решение задач)

Тема 7. Планирование и прогнозирование цен на предприятии. Ценовая политика и стратегия фирмы

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

Форма занятия – устный опрос, практикум (решение задач), ситуационные задания

Тема 8. Планирование и прогнозирование цен 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.

Форма занятия – устный опрос, практикум (решение задач), кейс

Тема 9. Прогнозирование цен на макроэкономическом уровне. Государственное регулирование цен

Совокупный спрос и совокупное предложение. Модель равновесия на макроэкономическом товарном рынке. Цены и их роль в национальном счетоводстве. Динамическая макроэкономическая модель рыночного ценообразования. Использование динамических моделей расчета макропоказателей. Модель межотраслевого баланса. 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.

Форма занятия – устный опрос, тестирование, практикум

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

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

Активные и интерактивные методы обучения:

- *Интерактивная лекция (тема № 1-9);*
- *Групповая дискуссия (тема № 1, 2);*
- *Анализ ситуаций (тема № 3, 7);*
- *Разбор конкретных ситуаций (тема № 3, 7, 8)*

Для оценивания результатов обучения студентов (знания) используются следующие процедуры и технологии:

- *тестирование;*
- *индивидуальное собеседование,*
- *письменные ответы на вопросы.*

Для оценивания результатов обучения студентов (уметь, владеть) используются следующие процедуры и технологии:

- *практические контрольные задания, включающие одну или несколько задач (вопросов) в виде краткой формулировки действий (комплекса действий), которые следует выполнить, или описание результата, который нужно получить.*
- *задания на установление правильной последовательности, взаимосвязанности действий, выяснения влияния различных факторов на результаты выполнения задания;*
- *установление последовательности (описать алгоритм выполнения действия),*
- *нахождение ошибок в последовательности (определить правильный вариант последовательности действий).*

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. Планирование – это...

а) разработка долговременных планов экономического характера, а также практического

комплекса мер по их контролю

б) разработка планов экономического и социального характера, а также комплекса практических мер по их выполнению

в) разработка долгосрочных планов экономического развития, а также комплекса мер по их выполнению

г) разработка долгосрочных прогнозов и планов экономического характера

2. Какой вид планирования носит рекомендательный характер:

а) стратегическое

б) индикативное

в) директивное

г) стратегическое и директивное

д) рекомендательного характера в планировании не существует

3. Нормативный характер носит:

а) план

б) прогноз

в) гипотеза

г) программа

д) мероприятие

4. Выполнение расчетов по нескольким вариантам и выбор лучшего из них – это принцип:

а) целенаправленности

б) альтернативности

в) сбалансированности

г) системности

д) непрерывности

5. Методология планирования включает:

а) стратегию развития

б) иерархию целей

в) принципы, методы, логику, подходы

г) теории, концепции

д) программы

6. Современная экономика определяет цену как:

а) количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги

б) денежное выражение стоимости

в) форма выражения ценности, полезности благ, проявляющаяся в процессе обмена

г) фокус, в котором сходятся числовые поля конъюнктуры рынка

7. К функциям цены НЕ относится:

а) учетно-измерительная функция

б) стимулирующая функция

в) распределительная функция

г) максимизирующая функция

8. Ценообразующими факторами называют...

а) многообразие условий, в которых формируются структура и уровень цены

б) формы связей между товарами, выражающие их взаимную экономическую зависимость

в) задачи ценообразования

г) виды цен

9. К задачам ценообразования НЕ относится:

а) увеличение числа стран мира, создающих рыночную экономику

б) реализация экологической политики

в) решение социальных вопросов

г) устранение конкуренции

10. Цена способна воздействовать и на производство, и на потребление через:

- а) функцию балансирования спроса и предложения
- б) стимулирующую функцию
- в) распределительную функцию
- г) учетно-измерительную функцию

11. Сезонность спроса на товар является показателем влияния такого ценообразующего фактора, как:

- а) регулирующий
- б) конъюнктурный
- в) базовый
- г) сезонный

12. 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:

- а) учетно-измерительной функции
- б) стимулирующей функции
- в) функции перелива капитала
- г) распределительной функции

13. Система цен включает следующие блоки:

- а) национальные – местные – мировые
- б) оптовые – закупочные – розничные – рыночные
- в) постоянные – временные – сезонные – разовые
- г) оптовые – договорные – прейскурантные

14. Виды цен в зависимости от территории действия:

- а) единые
- б) зональные
- в) рыночные
- г) справочные
- д) местные
- е) гибкие
- ж) контрактные

15. Подсистема, входящая в систему цен

- а) внутренние (национальные) цены
- б) цены бартерных операций
- в) цены «чёрного» рынка
- г) верны все ответы

Тест к рейтинг-контролю № 2

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

- а) высокоэластичного спроса;
- б) низкоэластичного спроса;
- в) единичной эластичности;
- г) положительной эластичности.

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

- а) взаимозаменяемыми;
- б) взаимодополняемыми;
- в) независимыми;
- г) нормальными.

3. Спрос можно считать неэластичным, если:

- а) при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно;
- б) при несущественном снижении цены спрос увеличится значительно;
- в) при изменении цены спрос не изменится;

г) при постоянной цене изменяется спрос.

4. К параметрическим методам ценообразования относятся:

- а) метод удельных показателей;
- б) метод целевой прибыли;
- в) балльный метод;
- г) анализ безубыточности;
- д) расчет цены с учётом рентабельности инвестиций.

5. Недостатки методов затратного ценообразования:

- а) сложность сбора информации;
- б) недостоверность исходных данных;
- в) игнорирование информации о поведении покупателей;
- г) игнорирование информации о поведении конкурентов.

6. Параметрический ряд:

- а) включает продукцию, одинаковую по назначению и технологии изготовления;
- б) включает продукцию, одинаковую по назначению;
- в) включает разнородную продукцию;
- г) включает взаимодополняемую продукцию.

7. Причины широкого распространения методов затратного ценообразования на практике:

- а) доступность информации об издержках;
- б) справедливость по отношению к участникам товарообменной операции;
- в) наиболее точный расчет рыночной цены;
- г) надежность информации.

8. Точка безубыточности – это:

- а) цена, при которой организация начинает получать прибыль;
- б) объем производства, при котором производитель работает без убытков;
- в) уровень затрат, необходимый для производства продукции;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

9. К методам ценностного ценообразования НЕ относится:

- а) калькулирование по полным затратам;
- б) метод удельного ценообразования;
- в) метод целевой прибыли;
- г) балльный метод.

10. Метод рентабельности инвестиций относится:

- а) к параметрическим методам ценообразования;
- б) затратным методам ценообразования;
- в) методам ценообразования на основе спроса;
- г) методам ценообразования с учетом конкуренции.

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

- а) прямой налог
- б) косвенный налог
- в) акциз
- г) сумма плановых издержек обращения, оптовая надбавка и плановая прибыль

12. Методы, наиболее предпочтительные при прогнозировании спроса на потребительские товары:

- а) экстраполяции
- б) экспертных оценок
- в) факторного анализа

13. Методы, получившие наибольшее распространение при прогнозировании спроса на промышленную продукцию

- а) экстраполяции
- б) экспертных оценок

в) моделирования

14. Товары эластичного спроса имеют коэффициент эластичности ...

а) меньше единицы

б) больше единицы

в) равный единице

15. Какие методы экспертных оценок применяются при прогнозировании цен:

а) метод «интервью»

б) анкетирование

в) метод «Дельфи»

г) метод комиссий

д) все ответы верны

Тест к рейтинг-контролю № 3

1. Стратегия, определяемая на этапе стратегического анализа при использовании способа ликвидации разрыва:

а) товарная

б) развития

в) функциональная

2. Определяющее значение при прогнозировании промышленного развития на макроуровне имеют ...

а) исследования рынков

б) приоритеты развития

в) расчеты возможностей

3. Матричный метод стратегического анализа является ... методом

а) простым

б) упрощенным

в) сложным

4. Стратегическое планирование разрабатывается как ...

а) директивное

б) самостоятельное

в) тактическое

5. Если устанавливаемые компанией цены воспринимаются большинством покупателей как низкие по сравнению с экономической ценностью этих товаров, то это признак:

а) политики премиального ценообразования;

б) политики нейтрального ценообразования;

в) политики ценового прорыва;

г) ошибочного выбора ценовой политики компании.

6. Для завоевания лидерства на рынке по показателю «качество продукции» предприятие:

а) устанавливает максимальную цену на свою продукцию;

б) устанавливает минимальную цену на свою продукцию;

в) стремится минимизировать издержки;

г) устанавливает цену на свою продукцию исходя из цен конкурентов.

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

а) цена фактической сделки

б) договорная цена

в) закупочная цена

г) равновесная цена

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

а) «франко»

б) «брутто»

в) «нетто»

г) «тариф»

9. Цена твердая – это:

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

10. Подвижная цена – это:

- а) цена разнородных по качеству товаров, устанавливаемая в среднем вне зависимости от индивидуальных качеств, сортов отдельных единиц товара
- б) цена, по которой товар реализуется с немедленной оплатой
- в) зафиксированная при заключении контракта цена, которая может быть пересмотрена в дальнейшем, если рыночная цена данного товара к моменту его поставки изменится
- г) цена, установленная на основе изучения спроса и предложения в условиях сильно монополизированного рынка

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

- а) решение социальных вопросов
- б) покрытие затрат на производство продукции и обеспечение прибыли
- в) учет взаимозаменяемости продукции
- г) стимулирование сбыта товаров

12. Какие методы широко используются в мировой практике при прогнозировании экспорта и импорта:

- а) методы экспертных оценок
- б) статистический метод
- в) многофакторные модели
- г) метод моделирования
- д) балансовый метод

13. Виды ресурсов, учет и использование которых предполагает балансовый метод в планировании

- а) материальные
- б) творческие
- в) технические
- г) людские

14. Метод, наиболее часто используемый при прогнозировании развития аграрно-промышленного комплекса

- а) нормативный
- б) балансовый
- в) экстраполяции

15. К рычагам прямого ценового регулирования НЕ относятся:

- а) установление верхнего абсолютного предела цены
- б) установление норматива рентабельности в процентах к себестоимости
- в) определение нижнего предела цены
- г) определение модели цены

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в форме экзамена.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Сущность планирования и его роль в управлении предприятием
2. Отличительные особенности планов от прогнозов

3. Предмет и объект планирования
4. Принципы и формы планирования
5. Методы планирования
6. Приемы расчетно-конструктивного метода планирования
7. Классификация различных видов планов
8. «Цена» и «стоимость», их понятие, взаимосвязь, парадигмы цены.
9. Функции цен в рыночной экономике и их реализация.
10. Факторы спроса, определяющие цену спроса на товар. Неценовые факторы спроса.
11. Факторы предложения, определяющие цену предложения товара. Неценовые факторы предложения.
12. Система цен в рыночной экономике РФ, их виды, группировка.
13. Ценообразование: цели и задачи. Организация, порядок и этапы работы на предприятии по формированию цен.
14. Ценовые стратегии предприятия, их виды, условия выбора.
15. Основные элементы и этапы разработки ценовых стратегий.
16. Ценовая политика предприятия в условиях рынка и ее проблемы, этапы разработки и реализации.
17. Состав и структура цены, ее основные элементы.
18. Затратные методы установления цены, их содержание, достоинства и недостатки.
19. Ценностные методы ценообразования
20. Метод установления цены на основе «анализа безубыточности», его содержание.
21. Методы экспертных оценок при планировании цен
22. Параметрические модели и методы прогнозирования цен
23. Индексный метод определения цены
24. Динамическая макро модель рыночного ценообразования
25. Использование модели межотраслевого баланса для прогнозирования цен
26. Цены на экспортируемую продукцию, порядок ее установления.
27. Цены на импортируемую продукцию
28. Оптовая цена предприятия-изготовителя и порядок ее расчета.
29. Розничная цена, порядок ее расчета, сферы применения.
30. Государственное регулирование цен

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

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. Карпова С.В. Управление ценами: учебник / под ред. С. В. Карповой. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. - 236 с.	2019		https://znanium.com/catalog/product/1010048
2. Ценообразование: Учебно-практическое пособие / Шуляк П.Н. - 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. - 304 с.	2020		https://znanium.com/catalog/product/1063806
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. Горина Г.А. Ценообразование: учеб. пос. для студентов вузов, обучающихся по спецтам «Коммерция (торговое дело)» и «Маркетинг. - М.: ЮНИТИ-ДАНА. - 127 с.	2017		https://znanium.com/catalog/product/1028844
3. Лузина Т.В. Ценообразование во внешней торговле: учебник для вузов / Т. В. Лузина, С. С. Решетникова. – М.: Юрайт. - 278 с.	2020		https://urait.ru/bcode/455603
4. 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
5. 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 2017	5	https://urait.ru/bcode/406862

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 на бумажном носителе*

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://ecsosman.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/>

7. Библиографическая и реферативная база данных научных публикаций Scopus. – URL: <http://www.scopus.com/>

8. База данных международных индексов научного цитирования Web of Science. – URL: webofscience.com

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 составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.06. «Торговое дело»

Рабочую программу составил

Нурбаева И.Ф., доцент каф. ком. дел
(ФИО, должность, подпись)

Рецензент

(представитель работодателя) ООО «ГИПЕРГЛОБУС»

Руководитель отдела персонала Истратова О.В.



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и гостеприимства

протокол № 14 от 06.06.19 года

Заведующий кафедрой к.э.н., доцент Ярьес О.Б.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 38.03.06. «Торговое дело»

протокол № 3 от 07.06.19 года


Председатель комиссии Полоцкая О.П.

Полоцкая

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**


Рабочая программа одобрена на 20 20 / 20 21 учебный года

Протокол заседания кафедры № 1 от 21.08.20 года

Заведующий кафедрой К.Т.Н., доц. Ягеев О.Б. 


Рабочая программа одобрена на 20 21 / 20 22 учебный года

Протокол заседания кафедры № 1 от 25.08.21 года

Заведующий кафедрой К.Т.Н., доц. Ягеев О.Б. 

Рабочая программа одобрена на 20 22 / 20 23 учебный года

Протокол заседания кафедры № 1 от 29.08.22 года

Заведующий кафедрой К.Т.Н., доц. Ягеев О.Б. 

Рабочая программа одобрена на 20 ____ / 20 ____ учебный года

Протокол заседания кафедры № ____ от ____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на 20 ____ / 20 ____ учебный года

Протокол заседания кафедры № ____ от ____ года

Заведующий кафедрой _____