

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)

ИНСТИТУТ ТУРИЗМА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА  
(Наименование института)

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института



Ярьев О.Б.

2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Планирование и прогнозирование цен  
(наименование дисциплины)

**направление подготовки / специальность**

38.03.06. «Торговое дело»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

**направленность (профиль) подготовки**

«КОММЕРЦИЯ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

(направленность (профиль) подготовки))

г. Владимир

2021

## 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

Дисциплина «Планирование и прогнозирование цен» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, программы бакалавриата по направлению 38.03.06 «Торговое дело».

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
1	2	3	4
ПК-13 Способен исследовать затраты на товары, работы и услуги и калькулировать их себестоимость для формирования цены	ПК-13.4. Исследует и рассчитывает затраты на товары, работы и услуги при формировании цен	<i>Знать:</i> - основные категории, понятия и показатели, используемые в экономической практике расчета и обоснования цен на товары; - затратные подходы к ценообразованию; - структуру и анализ себестоимости товаров; <i>Уметь:</i> - осуществить анализ безубыточности ценовых решений; - рассчитать различные виды цен известными методами <i>Владеть:</i> - навыками самостоятельного применения теоретических основ; - навыками анализа и оценки структуры цен	Тестовые и ситуационные задания, задачи

## Продолжение таблицы

1	2	3	4
ПК-14 Способен формировать диапазон изменения цен на товары, работы, услуги на основе анализа рыночной конъюнктуры	ПК-14.1 Анализирует диапазон цен на товары, работы, услуги	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфические характеристики ценообразования на различных рынках;</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- искать информацию, необходимую для анализа цен на рынке;</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками анализа рыночных цен и их диапазона</li> </ul>	Тестовые и ситуационные задания, задачи
	ПК-14.2 Применяет различные методы ценообразования для формирования диапазона цен на товары, работы, услуги	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание основных методов ценообразования;</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рассчитать прямые и косвенные налоги в составе цены;</li> <li>- использовать различные методы ценообразования для формирования диапазона цен на товары, работы, услуги</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами ценообразования</li> </ul>	
	ПК-14.3 Прогнозирует диапазон цен на товары, работы и услуги	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- стратегии и тактики ценообразования;</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить прогнозные исследования динамики цен с учетом инфляционных ожиданий</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками выполнения прогнозных и плановых расчетов</li> </ul>	

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа

##### Тематический план форма обучения – очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки			
1	Методологические основы планирования и прогнозирования	4	1-2	2	4			10		
2	Теоретические основы ценообразования	4	3-4	2	4		1	10		
3	Система и виды цен	4	5-6	2	4		1	10	Рейтинг контроль № 1	
4	Рыночные методы ценообразования	4	7-8	2	4		2	10		
5	Методы прогнозирования и планирования цен. Методы определения цен на основе издержек производства. Индексный метод.	4	9-10	2	4		2	10		
6	Методы прогнозирования и планирования цен. Параметрические и экспертные методы определения цен. Статистическая теория игр	4	11-12	2	4		2	10	Рейтинг контроль № 2	
7	Планирование и прогнозирование цен на предприятии. Ценовая политика и стратегия фирмы	4	13-14	2	4		2	10		
8	Планирование и прогнозирование цен во внешнеэкономической деятельности	4	15-16	2	4		1	10		
9	Прогнозирование цен на макроэкономическом уровне. Государственное регулирование цен	4	17-18	2	4		1	10	Рейтинг контроль № 3	
Всего за 4 семестр:					18	36		12	90	зачет с оценкой
Наличие в дисциплине КП/КР					-	-	-	-	-	
Итого по дисциплине					18	36		12	90	зачет с оценкой

**Тематический план  
форма обучения – очно-заочная (3 г. 6 мес.)**

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Методологические основы планирования и прогнозирования	3	1-2	1	1			13	
2	Теоретические основы ценообразования	3	3-4	2	2		1	13	
3	Система и виды цен	3	5-6	1	1		1	13	Рейтинг контроль № 1
4	Рыночные методы ценообразования	3	7-9	2	2		1	14	
5	Методы прогнозирования и планирования цен. Методы определения цен на основе издержек производства. Индексный метод.	3	10-11	2	2		1	14	
6	Методы прогнозирования и планирования цен. Параметрические и экспертные методы определения цен. Статистическая теория игр	3	12-13	2	1		1	14	Рейтинг контроль № 2
7	Планирование и прогнозирование цен на предприятии. Ценовая политика и стратегия фирмы	3	14-15	1	1		1	14	
8	Планирование и прогнозирование цен во внешнеэкономической деятельности	3	16-17	1	1		1	12	
9	Прогнозирование цен на макроэкономическом уровне. Государственное регулирование цен	3	18		1		1	13	Рейтинг контроль № 3
Всего за 3 семестр:				12	12		8	120	зачет с оценкой
Наличие в дисциплине КП/КР				-	-	-	-	-	
Итого по дисциплине				12	12		8	120	зачет с оценкой

## 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 экс-**

## **пертные 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 планирования 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 чувственности 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 макромоделль 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. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

### **5.1. Текущий контроль успеваемости**

Текущий контроль успеваемости проводится в форме рейтинг-контроля три раза в семестр. Типовые тестовые задания для проведения текущего контроля приведены ниже.

#### *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 долговременных планов экономического развития, а также комплекса мер по их выполнению
- г) разработка долговременных 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 – преysкурантные

**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

**5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины (зачет с оценкой).**

### ***Вопросы к зачету 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

### 5.3. Самостоятельная работа обучающегося.

Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины включает следующие виды работ: изучение материала, изложенного на лекции; изучение материала, вынесенного на практические занятия; подготовка к практическим занятиям, выполнение индивидуального задания (реферат), подготовка презентации доклада.

Самостоятельная внеаудиторная работа по курсу включает изучение учебной и научной литературы, повторение лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, а также к текущему контролю и промежуточной аттестации. Практические занятия предусматривают совершенствование навыков работы с первоисточниками, изучения предметной специфики курса. Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены бакалаврами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы бакалавров над учебной программой курса осуществляется в ходе практических занятий методом устного опроса или ответов на вопросы тем. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме. Обучающийся должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в программе вопросам. Не проясненные (дискуссионные) в ходе самостоятельной работы вопросы следует выписать в конспект лекций и впоследствии прояснить их на практических занятиях.

Самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы студента выступают:  
для овладения знаниями:

- чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста;
- конспектирование текста;
- выписки из текста;
- работа со словарями и справочниками;
- учебно-исследовательская работа;
- использование компьютерной техники и Интернета и др. при выполнении творческих домашних заданий.

для закрепления и систематизации знаний:

- работа с конспектом лекций (обработка текста);
- повторная работа над учебным материалом (электронного учебника, первоисточника, дополнительной литературы);
- составление плана и тезисов ответа на вопросы промежуточного контроля;
- аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др.);
- подготовка сообщений на практическом занятии и др. для формирования умений и навыков:
- подготовка сообщений по заданным темам;
- решение ситуационных (профессиональных) заданий;

Проработка вопросов, выносимых на самостоятельное изучение состоит в изучении, конспектировании и анализе литературных источников.

Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов тем дисциплины:

1. Необходимо прочитать литературные источники, проанализировать качество и полностью изложения материала по изучаемым вопросам в литературных источниках.
2. Рекомендуется письменно составить свои вопросы к тексту (не менее трех).

3. Рекомендуется дать собственные комментарии прочитанному материалу, аргументацию своей интерпретации.

4. Контроль выполнения внеаудиторной самостоятельной работы осуществляется на практических занятиях, индивидуальных и групповых консультациях, защите семестровой контрольной работы расчетного типа (выполняется по вариантам (10) на основе методических указаний), зачете.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Наличие в электронной библиотеке ВлГУ	
Основная литература*			
1. Жуковская И.Ф. Ценообразование в сфере услуг: учеб. пос. / И.Ф. Жуковская, М.В. Краснова, И.В. Наумова. - Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир: Изд-во ВлГУ. – 308 с.*	2020	30*	<a href="http://dspace.www1.vlsu.ru/bitstream/123456789/8687/1/02075.pdf">http://dspace.www1.vlsu.ru/bitstream/123456789/8687/1/02075.pdf</a>
2. Ценообразование: учебник и практикум для вузов / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. – М.: Юрайт. - 437 с.	2020	<a href="https://urait.ru/bcode/450125">https://urait.ru/bcode/450125</a>	
Дополнительная литература			
1. Горина Г.А. Ценообразование: учеб. пос. для студентов вузов, обучающихся по спец-тям «Коммерция (торговое дело)» и «Маркетинг. - М.: ЮНИТИ-ДАНА. - 127 с.	2017	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1028844">https://znanium.com/catalog/product/1028844</a>	
2. 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	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1063806">https://znanium.com/catalog/product/1063806</a>	
3. Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учеб. пос. - М: ИНФРА-М. - 260 с.	2019	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1005927">https://znanium.com/catalog/product/1005927</a>	
4. Лузина Т.В. Ценообразование во внешней торговле: учебник для вузов / Т. В. Лузина, С. С. Решетникова. – М.: Юрайт. - 278 с.	2020	<a href="https://urait.ru/bcode/455603">https://urait.ru/bcode/455603</a>	
5. Магомедов М. Д., Ценообразование: учебник для бакалавров. - М. : Дашков и К. - 248с.	2017	<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394026638.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394026638.html</a>	

### 6.2. 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*



### **6.3. 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/>
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](http://webofscience.com)

## **7. 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.

Рабочую программу составил Муромов И.А., доцент каф. КМГ РЭУ-  
(ФИО, должность, подпись)

Рецензент  
(представитель работодателя) ООО. Инвест-сервис  
персонала Израиль О.А. Руководитель  
(место работы, должность, ФИО, подпись)



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Коммерция и гостеприимство»  
Протокол № 1 от 25.08.21 года  
Заведующий кафедрой [подпись] О.Б.Яресь  
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена  
на заседании учебно-методической комиссии направления 38.03.06. «Торговое дело»  
Протокол № 1 от 30.08.21 года  
Председатель комиссии [подпись]  
(ФИО, должность, подпись)

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 20 12 / 20 13 учебный года

Протокол заседания кафедры № 1 от 29.08.12 года

Заведующий кафедрой К.Э.Н. Проценко



Иресь О.В.

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 \_\_\_\_\_