

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



УТВЕРЖДАЮ
 Проректор
 по учебно-методической работе

_____ А.А.Панфилов

« 20 » _____ 01 _____ 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»

Профиль/программа подготовки «Гостиничная деятельность»

Уровень высшего образования бакалавриат

Форма обучения заочная (ускоренное обучение на базе СПО) 2013, 2014

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежу- точного кон- троля (экз./зачет)
7	4 / 144	8	8	-	101	экзамен (27)
Итого	4 / 144	8	8	-	101	экзамен (27)

Владимир 2016

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Внедрение в экономику рыночных отношений меняет значение цены в экономических процессах. Формирование рыночных отношений в отечественной экономике предъявляет новые требования к ценообразованию. Поэтому успешное использование рыночных методов ценообразования требует изучения его теоретических основ, лучшей зарубежной практики и особенностей развития экономики России в современных условиях.

Разработка ценовой политики предусматривает не только установление уровня цен, но и формирование стратегической ценовой позиции фирм на рынке как по отдельному товару (услуге) на всем протяжении его жизненного цикла, так и в комплексе и по всей товарной номенклатуре. Стратегические ценовые установки позволяют определить рыночную долю в прогнозируемом периоде, объем прибыли, обеспечивают определенный резерв финансовых ресурсов.

Курс «Ценообразование в гостиничном бизнесе» дает возможность будущим бакалаврам более полно овладеть вопросами экономики, маркетинга и т.д., сила которых в системности и целостности проработанности всех их составляющих элементов. Теоретические знания и практические навыки в области ценообразования способствуют повышению уровня компетенции будущих специалистов в принятии грамотных решений с учетом специфики рынка товаров и услуг.

Цель изучения дисциплины (модуля) «Ценообразование в гостиничном бизнесе» 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 и рынках услуг, последовательной их реализации для эффективного функционирования предприятий в условиях рыночных отношений.

Задачи курса:

- изучить роль цены в современном хозяйственном механизме;
- изучить сущность и методы в 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 в гостиничном бизнесе» предназначена для студентов, обучающихся по программе подготовки по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело» и входит в дисциплины по выбору вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Дисциплина входит в состав дисциплин, формирующих общекультурные и профессиональные компетенции в области организационно-управленческой деятельности.

Изучение дисциплины «Ценообразование в гостиничном бизнесе» базируется (разделов дисциплин) как: «Экономика», «Экономика гостиничного предприятия», «Маркетинг гостиничного предприятия», «Учет и анализ в гостиничном деле» и др.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины «Ценообразование в гостиничном бизнесе» обучающийся должен обладать следующими компетенциями (частью компетенций):

- *способностью использовать основы экономических знаний* в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- *владение навыками определения и анализа затрат* гостиничного предприятия и других средств размещения (ПК-3).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1) Знать:

- теоретические основы ценообразования; содержание основных методов ценообразования (ОК-3);
- специфические характеристики ценообразования на различных рынках (ОК-3);
- закономерности формирования стратегии и тактики ценообразования;
- основные категории, понятия и показатели, используемые в экономической практике расчета и обоснования цен на товары (ОК-3);
- виды себестоимости продукции и возможности ее снижения с учетом развития производства (ПК-3);
- структуру и анализ себестоимости товаров (ПК-3);
- виды цен, используемые в теории и практике ценообразования (ОК-3);

2) Уметь:

- анализировать конъюнктуру рынка по системе показателей;
- искать информацию, необходимую для анализа конъюнктуры рынка и динамики цен (ОК-3);
- провести маркетинговые исследования рынка с целью оценки реакции покупателей на цены, их изменение и выделить основные ценообразующие факторы;
- оценить эластичность спроса (ОК-3);
- обосновать целесообразность применения известных стратегий и тактических приемов ценообразования;
- провести статистические исследования динамики цен (ОК-3);
- осуществить анализ безубыточности ценовых решений (ПК-3);
- рассчитать различные виды цен известными методами (ОК-3);

3) Владеть:

- навыками самостоятельного применения теоретических основ (ОК-3);
- навыками анализа и оценки структуры цен (ПК-3);
- использования нормативно-правовой базы, регламентирующей ценообразование.

Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при выполнении выпускной квалификационной работы и в ходе практической работы.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

№ п/п	Раздел (тема) 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 (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС		
1	Предмет и задачи дисциплины. Теоретические основы ценообразования	7					16		
2	Ценообразование в условиях рыночной экономики	7					17		
3	Система и виды цен	7	4	4			17	2/25	
4	Методология ценообразования на предприятии	7	2	2			17	2/50	
5	Ценообразование во внешнеэкономической деятельности	7	2	2			17	2/50	
6	Регулирование цен в условиях рыночной экономики	7					17		
Всего			8	8		+	101	6/38	экзамен (27)

Содержание дисциплины «Ценообразование в гостиничном бизнесе»

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. Фактор времени. Краткосрочное, среднесрочное и долгосрочное поведение кривых спроса и предложения. Особенности спроса и предложения на товары-субституты и комплементарные товары. 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. Особенности ценообразования в сфере услуг. Монопольные цены: монополю высокие и монополю 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.

Тема 4. Методология ценообразования на предприятии

Понятие и основные цели ценовой политики. Жизненный цикл товара (услуги). Характеристика его стадий. Обоснование цены на каждой стадии жизненного цикла товара (услуги). Виды цен, используемые при определении цены на принципиально новый товар (услугу). Факторы, определяющие их выбор. Этапы разработки ценовой стратегии: сбор исходной информации, стратегический анализ, формирование стратегии. Выбор стратегии ценообразования. Метод установления цены товара на основе издержек производства. Ценовая стратегия, основанная на издержках. Метод безубыточности. Метод целевой прибыли. Определение цен с ориентацией на спрос. Стратегия ценообразования, основанная на спросе. Определение цен с ориентацией на уровень конкуренции. Ценовая стратегия, основанная на конкуренции. Методика определения цены. Задачи, которые решаются в процессе ценообразования: получение максимальной прибыли, завоевание рынка сбыта, снижение затрат, рост объема производства и продаж, борьба с конкурирующими товарами и др. Общая схема расчета цены. Методы ценообразования: затратные, рыночные, эконометрические. Расчет себестоимости как базы цены услуги гостиничного предприятия. Классификация расходов, включаемых в себестоимость. Нормативное регулирование состава себестоимости товаров и услуг в Российской Федерации. Прямые и косвенные затраты, их влияние на уровень себестоимости единицы услуги. Постоянные и переменные расходы, их влияние на уровень и динамику себестоимости услуг. Учет влияния изменения постоянных расходов в калькуляции на уровень цен. Обоснование прибыли и рентабельности в цене услуги. Корректировка

исходного уровня цены с учетом дополнительных факторов. Применяемые при этом виды цен и методы их установления. Учет в ценообразовании инфляционных процессов. Риски в ценообразовании и страхование цен.

Тема 5. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности

Понятие «мировой рынок». Его взаимосвязь с внутренними рынками и отличия от них. 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. Место России в мировом рынке и ее роль в формировании мировых цен на важнейшие товары. Особенности цен на экспортные товары и их отличие от внутренних цен Российской Федерации. Проблема эффективности внешней торговли для российской экономики в современный период. Контрактная цена и способ ее фиксации. Цены на экспортные товары. Основные элементы этих цен, факторы, влияющие на их уровень и динамику. Виды цен, используемые в мировой торговле в зависимости от условий контракта. Цены на импортные товары. Особенности формирования этих цен в России в настоящее время. Элементы цены на импортные товары: импортная стоимость, таможенная пошлина, налог на добавленную стоимость, акцизы, транспортные расходы и их влияние на уровень цены. Таможенная стоимость – база формирования цен на импортные товары. Методы определения таможенной стоимости (по стоимости сделки с ввозимыми товарами, по стоимости сделки с идентичными товарами, по стоимости сделки с однородными товарами, метод вычитания стоимости, метод сложения стоимости, резервный метод). Порядок применения указанных методов. Контроль за таможенной стоимостью. Валютный курс и цены. Роль государства в регулировании внешнеэкономической деятельности. Таможенная стоимость и методы ее определения.

Тема 6. Регулирование цен в условиях рыночной экономики

Необходимость регулирования экономики и цен. Кейнсианская и монетаристская концепции макроэкономического регулирования. Их применение на разных этапах развития в странах с рыночной экономикой. Роль государства в регулировании экономики на современном этапе. Сочетание в современной системе цен: свободных, регулируемых и установленных государством. Формы и методы воздействия государства на цены. Виды прямого (административного) вмешательства государства в процесс ценообразования: «замораживание» цен, установление верхнего, нижнего или обоих пределов цен, установление предела рентабельности, регламентация методов расчета цен, использование договорных цен. Виды косвенного (экономического) регулирования цен. Использование в экономическом регулировании налоговой системы, финансово-бюджетной, кредитной, валютной и таможенной политики. Цели и задачи государственного регулирования цен в России. 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. Перечень товаров и услуг, по которым допускается прямое регулирование цен органами исполнительной власти. Контроль за соблюдением порядка применения регулируемых цен. Государственное регулирование цен в зарубежных странах.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, разбор конкретных ситуаций и др.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет более 20 % аудиторных занятий (определяется требованиями ФГОС с учетом специфики ОПОП).

Для успешного освоения дисциплины предусмотрены различные образовательные технологии, которые обеспечивают достижение планируемых результатов обучения согласно основной образовательной программе, с учетом требований к объему занятий в интерактивной форме, а именно: работа в группах; тестирование; решение ситуационных задач; кейс-стади; дискуссия; мультимедийные презентации.

План проведения аудиторного занятия

1. Название темы: «.....»

2. Лекция. На лекциях излагаются основные теоретические положения по изучаемой тематике. В процессе изложения всего лекционного материала по всем темам изучаемой дисциплины применяются информационно-коммуникационные технологии. По каждой теме лекционного материала разработаны презентации, которые предоставлены в электронном виде. Методические указания для обучающихся. Задания по теме занятия.

3. Самостоятельная работа по теме: оформление рефератов, докладов, эссе; решение ситуационных задач; работа с литературой и др. источниками.

4. Практическое занятие. Практические занятия проводятся методом группового упражнения, оперативной тренировки, индивидуальных упражнений и последующим обсуждением их решений. Практические занятия по дисциплине ведутся в форме активного обучения и нацелены на закрепление и углубление теоретических знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельного изучения специальной литературы. Практические занятия по курсу предусмотрены в различных интерактивных формах.

Итоговый контроль знаний: Подведение итогов.

Тематика практических занятий

Тема 4. Методология ценообразования на предприятии

Форма занятия – дискуссия, доклады в виде презентаций, практикум

1. Издержки предприятия: внешние и внутренние. Валовой доход и предпринимательский доход. Прибыль. Постоянные, переменные, общие, средние и предельные издержки, их взаимосвязи. Издержки производства в долгосрочном периоде.

2. Сущность и виды себестоимости для ценообразования. Классификация затрат, входящих в себестоимость, по различным признакам.

3. Сущность калькулирования, методы, применяемые при калькулировании. Калькуляционные статьи гостиничного предприятия.

4. Формирование цен при расчёте потребителя гостиничной услуги.

5. Методы и стратегии ценообразования гостиниц.

Тема 5. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности

Форма занятия – кейс-стади, доклады в виде презентаций

1. 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.

2. Экспортные и импортные цены в системе показателей эффективности внешнеторговых операций и инструментов таможенного регулирования.

3. Мировые цены как база расчета цен внешнеторговых контрактов.

4. Особенности цен на внешнеторговые услуги индустрии туризма и гостеприимства.

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

Текущий контроль успеваемости и качества подготовки студентов производится в форме ответов на вопросы подготовки к практическим занятиям, обсуждения подготовленных докладов, участия в дискуссиях, решения задач и кейсов, выполнения контрольной работы, тестирование.

Форма промежуточного контроля – экзамен, который проводится после изучения дисциплины.

Ниже приводятся примеры заданий по различным темам дисциплины, на основе которых осуществляется контроль усвоения материала.

Практические задания

1. Эластичность спроса населения на данный товар по цене равна 0,25, эластичность спроса по доходу – (-0,8). На сколько процентов изменится объем спроса на данный товар, если его цена снизилась на 8%, а доходы населения выросли на 5%. При этом предполагается, что общий уровень цен остается неизменным.

2. Себестоимость равна 405 руб.; свободная отпускная цена с НДС составляет 700 руб.; НДС - 20%; акциз - 15%. Какова структура отпускной цены?

3. Определите розничную цену на импортный товар и составьте её структуру.

Известно:

Контрактная цена единицы товара – 60 долларов США.

Курс рубля по отношению к доллару США, установленный на дату принятия таможенной декларации – 30 руб.

Таможенная пошлина – 20%.

Сборы за таможенное оформление – 5 руб.

Торговая надбавка – 30%.

НДС, взимаемый при таможенном оформлении товара и выпуске товара в свободное обращение – 18%.

Кейс-стади

ФАС ПОТРЕБОВАЛА ОТМЕНИТЬ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕН

Проблемная ситуация.

В апреле месяце 2015 г. Федеральная антимонопольная служба (ФАС) потребовала у губернаторов российских регионов отменить заморозку цен поставщиков и торговых сетей на продукты, которая была введена в период быстрого их роста прошлой зимой. В частности, были признаны незаконными соответствующие действия тюменских властей, которые установили максимальный уровень торговой надбавки в 15 процентов.

При этом в ФАС оговорились, что некоторые губернаторы приняли распоряжения,

имеющие рекомендательный характер, что закону не противоречит. Речь идет о Краснодарском крае и Калужской области. Тем не менее если торговые сети все-таки реализуют эти рекомендации, то действия органов власти могут быть квалифицированы как нарушение закона о конкуренции.

21 апреля премьер-министр Дмитрий Медведев заявил, что «жадность бизнесменов», попытавшихся получить сверхприбыли на рынке продовольствия и лекарств, может привести к соответствующим государственным решениям в части регулирования торговли. В частности, правительство может поддержать ограничения для торговых сетей, которые предусматриваются поправками к закону о торговле.

Согласно постановлению правительства, если рост цен на продовольственные товары первой необходимости в течение 30 дней составит 30 и более процентов, розничные цены на них подлежат государственному регулированию на срок не дольше 90 дней.

В январе 2015 года Медведев заявил, что предприниматели в сфере торговли на фоне ситуации в экономике страны «должны умерить свои аппетиты». Некоторые регионы начали после этого самостоятельно регулировать цены на продукты. В то же время законодательство разрешает это делать только в условиях Крайнего Севера.

Исходя из обновленного прогноза Минэкономразвития, инфляция в 2015 году составит 12 процентов. В Минсельхозе прогнозируют 15-процентный рост цен.

Вопросы

1. В чем конкретно происходят нарушения законодательства?
2. Почему ФАС признала факт нарушения законодательства о конкуренции?
3. Правильно ли поступили региональные органы государственного управления, встав на защиту интересов потребителей?

Самостоятельная работа студентов призвана сформировать у них такие знания, умения и навыки, которые способствуют становлению научно подготовленного специалиста, квалифицированно и ответственно выполняющего на практике свои профессиональные обязанности.

В связи с этим, студент выполняет следующие виды самостоятельной работы:

1. Подготовка к лекциям. Студент должен иметь потенциальный запас знаний по теме будущей лекции. Для этого необходимо: ознакомиться с лекционным материалом, изложенным в учебниках, электронных источниках и т.п.; изучить категории и понятия, которые будут использованы в лекции; ознакомиться с дискуссионными проблемами будущей лекции; подготовить вопросы, требующие разъяснения или объяснения в ходе изложения лекции.

2. Подготовка к практическим занятиям. Практическое занятие – одна из широко применимых форм изучения учебного материала, заключающаяся в организованном обсуждении поставленных вопросов. На них обучающиеся углубляют, систематизируют и закрепляют знания, полученные на других видах занятий и в ходе самостоятельной работы. Подготовка к практическим занятиям предполагает: изучение материалов лекций, учебников, учебных пособий, первоисточников и материалов в электронных средствах информации; формирование умения выделять проблемные вопросы, отвечать по существу на поставленный вопрос, как в плане практического занятия, так и в индивидуальном задании студенту; формирование умения обобщать изучаемый материал, а также строить достаточно убедительные и аргументированные, обоснованные выводы; выработка навыков самостоятельного поиска научной информации, умения составлять библиографию или список литературы по теме, умения цитировать первоисточники по изучаемой проблеме, которые необходимы при составлении до-

кладов, эссе, презентаций проектов и других видов сообщений.

3. Самостоятельная работа при подготовке к различным формам текущего и промежуточного контроля знаний: осмысление и систематизация знаний, полученных на лекциях, практических занятиях, в ходе самостоятельной работы; знакомство с вопросами для самоконтроля и их уяснение; обращение к ранее изученным материалам по курсу; выделение непонятных вопросов и обращение за консультацией к преподавателю.

Темы, вынесенные на самостоятельное изучение

Тема 1. Предмет и задачи дисциплины. Теоретические основы ценообразования

Тема 2. Ценообразование в условиях рыночной экономики

Тема 6. Регулирование цен в условиях рыночной экономики

ПРИМЕРЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

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.

31. Система цен включает следующие блоки:

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

32. Виды цен в зависимости от территории действия:

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

33. Подсистема, входящая в систему цен

- a) внутренние (национальные) цены

- b) цены бартерных операций
- c) цены “чёрного” рынка
- d) верны все ответы

34. 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)

35. Инфляция измеряется с помощью такого показателя, как :

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

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

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

37. 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

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

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

39. «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

40. 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

41. По какой цене одежда продается населению:

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

42. Какая цена более выгодна покупателю в условиях инфляции?

- a) твердая

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

43. Какая цена более выгодна продавцу в условиях инфляции?

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

44. 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

45. 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

46. 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

47. 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

48. Цены делятся на регулируемые, свободные и мировые по признаку:

- a) условия поставки
- b) отношение к стране-производителю
- c) порядок установления цен
- d) вид товаров

49. На сельскохозяйственную продукцию устанавливаются:

- a) тарифы
- b) трансфертные цены
- c) закупочные цены
- d) национальные цены

50. На услуги устанавливаются:

- a) тарифы
- b) трансфертные цены
- c) закупочные цены
- d) национальные цены

51. Постоянные издержки - это:

- a) издержки, связанные с функционированием производственного оборудования фирмы и самого предприятия, даже когда ничего не производится
- b) издержки, величина которых меняется в зависимости от изменения объема производства
- c) издержки, которые предприятие несет каждый месяц
- d) издержки в расчете на единицу продукции

52. Средние издержки - это:

- a) издержки, связанные с функционированием производственного оборудования фирмы и самого предприятия, даже когда ничего не производится
- b) издержки, величина которых меняется в зависимости от изменения объема производства
- c) издержки, которые предприятие несет каждый месяц
- d) издержки в расчете на единицу продукции

53. Переменные издержки - это:

- a) издержки, связанные с функционированием производственного оборудования фирмы и самого предприятия, даже когда ничего не производится
- b) издержки, величина которых меняется в зависимости от изменения объема производства
- c) издержки, которые предприятие несет каждый месяц
- d) издержки в расчете на единицу продукции

54. Прибыль НЕ бывает...

- a) условно-постоянной
- b) балансовой
- c) экономической
- d) расчетной

55. Рентабельность рассчитывается как...

- a) отношение прибыли к затратам
- b) отношение себестоимости к прибыли
- c) разница между выручкой и затратами
- d) разница между выручкой и прибылью

56. Отсутствие информации о потенциальных конкурентах при формировании стратегии впоследствии может привести к...

- a) провалу ценовой стратегии
- b) ценовым преимуществам
- c) ценовой дискриминации
- d) неценовым преимуществам

57. С каким разделом стратегического плана, в первую очередь, увязывают ценовую стратегию:

- a) с маркетинговым
- b) с финансовым
- c) с производственным
- d) с инвестиционным

58. Должны ли гостиничные предприятия, осваивающие гибкие методы ценообразования, с точки зрения комплекса маркетинга использовать следующие принципы?

- a) выбор ценовой политики должен быть тесно связан с позиционированием услуг гостиницы;
- b) для выработки цены необходима корреляция стратегии ценообразования с определением стадии жизненного цикла, на котором находится гостиничный продукт;
- c) все ответы верны.

59. Включает ли алгоритм расчета цены продаж на услугу следующие действия?

- a) исследование рынка;
- b) определение этапа жизненного цикла гостиничного продукта;
- c) постановку задачи ценообразования в зависимости от целей гостиничного предприятия;
- d) определение предельного диапазона варьирования цены: верхней границы цены (туристский спрос); нижней границы цены (издержки);
- e) выбор метода ценообразования;
- f) корректировка базового уровня цены;
- g) установление окончательной цены.

60. 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

61. 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

62. 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

63. 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

64. 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

65. 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

66. 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

67. 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

68. 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

69. 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

70. 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

71. Регулируемые розничные цены устанавливаются на:

- a) автомобили
- b) конфеты
- c) водку
- d) икру красную

72. Цены на электроэнергию для населения устанавливает:

- a) Минфин РФ
- b) Федеральная служба по тарифам
- c) Региональные энергетические комиссии
- d) РАО «ЕЭС»

73. Цены на природный газ, отпускаемый промышленным предприятиям, устанавливает:

- a) Газпром
- b) Федеральная служба по тарифам
- c) Региональные энергетические комиссии
- d) Минфин РФ

74. В документе «ИНКОТЕРМС 2010» содержатся:

- a) цены на мировых рынках
- b) биржевые котировки
- c) базисные условия поставки
- d) акцизы

75. Мировые цены отражают ... стоимость.

- a) интернациональную
- b) розничную
- c) закупочную
- d) оптовую

76. Объектом обложения таможенной пошлиной является:

- a) перемещаемые через таможенную границу товары
- b) лицо, перемещающее товары
- c) таможенная стоимость перевозимых товаров
- d) лица, получающие товары в стране импорта

77. В каких случаях вводятся антидемпинговые пошлины?

- a) если товары ввозятся на таможенную территорию РФ в количествах, наносящих ущерб отечественным производителям
- b) при ввозе товаров по цене более низкой, чем их нормальная стоимость в стране вывоза в момент импортной операции
- c) как ответная мера на дискриминационные действия со стороны других государств или их союзов
- d) если это предусмотрено международными торговыми соглашениями

78. К ценовым инструментам внешнеэкономической политики государства НЕ относится:

- a) дифференциация таможенных пошлин
- b) использование демпинговых цен
- c) введение прямых запретов на ввоз продукции
- d) государственные субсидии экспортерам

79. Публикуемые (справочные) цены, как правило, являются ценами ...

- a) спроса
- b) предложения
- c) обмена
- d) взаимозачёта

80. Базисное условие поставки, которое не находят отражение в цене:

- a) расходы на транспортировку
- b) расходы на страхование продукции
- c) расходы на погрузку и разгрузку
- d) расходы на сертификацию товара

ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Студенты заочной формы обучения выполняют контрольную работу по курсу «Ценообразование в гостиничном бизнесе». Контрольная работа состоит из теоретического вопроса, задачи и тестового задания. При освещении теоретического вопроса необходимо прежде всего составить план, раскрывающий основное содержание темы. Решение задачи должно сопровождаться соответствующими расчетами и содержать пояснения к ним, позволяющие проследить за экономическим ходом и логикой данного решения. При ответе на вопрос, поставленный в тестовом задании, следует обвести кружком буквенное обозначение выбранного ответа. Необходимо иметь в виду, что в тестовом задании может быть несколько правильных ответов. Некоторые ответы могут носить кумулятивный характер, то есть содержать в себе предыдущий или последующий ответ, который в отдельности не может считаться полным. Отдельные тестовые задания построены на установление:

- а) соответствия элементов одного столбца элементам другого столбца;
- б) правильной последовательности элементов.

Комментарии при ответах на тестовые задания не требуются.

В конце работы должен быть список литературы, используемой при выполнении контрольного задания.

Оформление контрольной работы

При оформлении работы необходимо учитывать следующие требования: работа выполняется на компьютере в программе Word. Допускается внесение в текст от руки формул, условных знаков; текст печатается на одной стороне стандартного листа размером 210x297 мм (формат А4) 14 шрифтом через 1,5 интервала. Размеры полей от кромки листа: слева – 30 мм, справа – 10 мм, сверху и снизу – по 20 мм.

Теоретический вопрос должен занимать не более 15 страниц.

Номера заданий установлены в зависимости от начальных букв фамилии студента.

Начальная буква фамилии	Номер задания	Начальная буква фамилии	Номер задания
А	1	О	14
Б	2	П	15
В	3	Р	16
Г	4	С	17
Д	5	Т	18
Е	6	У	19
Ж	7	Ф	20
З	8	Х	21
И	9	Ц	22
К	10	Ч	23
Л	11	Ш, Щ	24
М	12	Э, Ю, Я	25
Н	13		

Задание 1

1. Регулирование цен в Российской Федерации.

2. Задача. Определите свободную отпускную цену на изделие легкой промышленности, предоставленную для согласования с организацией розничной торговли.

Известно: стоимость сырья и материалов, исчисленная в свободных отпускных ценах (с НДС) – 236 руб.; основная заработная плата производственных рабочих – 80 руб.; дополнительная заработная плата производственных рабочих – 10% к основной зарплате производственных рабочих; отчисления на социальные нужды – 30,8% к общей сумме заработной платы производственных рабочих; накладные расходы (кроме коммерческих) – 180% к основной зарплате производственных рабочих; коммерческие расходы – 1,5% к производственной себестоимости; рентабельность, исчисленная как отношение прибыли к себестоимости, – 25%; НДС – 18%; изделие облагается НДС.

3. Тестовые задания:

3.1. Структурные элементы торговой надбавки по подакцизному товару:

- а) прибыль
- б) НДС
- в) издержки обращения
- г) акциз

- д) транспортный налог
 - е) расходы на рекламу
- 3.2. Стратегия низких цен успешна если:
- а) жизненный цикл товара значителен
 - б) емкость рынка товара большая
 - в) финансовое положение фирмы неустойчивое
 - г) жизненный цикл товара незначителен
 - д) спрос на товар эластичен

Задание 2

1. Калькуляция себестоимости. Характеристика статей калькуляции.

2. Задача. Определите сумму прибыли в цене изделия и рентабельность, исчисленную по отношению к себестоимости. Составьте структуру свободной отпускной цены изделия.

Известно: свободная отпускная цена (с НДС) – 236 руб.; себестоимость изделия – 160 руб.; НДС – 18%;

3. Тестовые задания:

3.1 Стратегию низких цен рекомендуется использовать при условиях:

- а) фирма не имеет значительных производственных мощностей
- б) товар имеет значительный жизненный цикл
- в) потенциальные конкуренты имеют возможность для снижения цен
- г) емкость рынка значительна
- д) финансовое положение фирмы устойчивое

3.2. Розничная цена импортного товара включает в себя:

- а) контрактную цену
- б) НДС, уплаченный при таможенном оформлении товара
- в) таможенную стоимость
- г) сборы за таможенное оформление
- д) издержки обращения
- е) торговую надбавку

Задание 3

1. Сущность цены и ее роль в рыночной экономике.

2. Задача. Определите розничную цену на товар, реализуемый организацией промышленности через свой фирменный магазин.

Известно: себестоимость изделия – 240 руб. (в том числе затраты на обработку – 100 руб.); рентабельность, исчисленная как отношение прибыли к затратам на обработку, – 60%; торговая надбавка – 20%; НДС – 18%;

3. Тестовые задания:

3.1. Налоги, являющиеся структурными элементами цены:

- а) транспортный налог
- б) НДС
- в) земельный налог
- г) акциз
- д) налог на прибыль

3.2. Тарифы на грузовые перевозки автомобильным транспортом:

- а) свободные
- б) регулируемые
- в) регулируемые Минфином России

г) регулируемые Федеральной службой по тарифам РФ

д) регулируемые Правительством РФ

Задание 4

1. Порядок формирования свободных розничных цен на отечественные товары.

2. Задача. Определите «точку безубыточности» и при каком количестве выпускаемой продукции прибыль составит 40 000 руб.

Известно: цена единицы изделия (p) – 555 руб.; переменные затраты на единицу изделия (z) – 355 руб.; постоянные затраты на весь объем производства (FC) – 75 000 руб.

4. При решении задачи необходимо воспользоваться следующими формулами:

$$\Pi = P - BC - FC, \quad (1)$$

где Π – прибыль на определенный выпуск изделий, в руб.;

P – выручка от реализации в отпускных ценах (без НДС), в руб.;

BC – переменные затраты на весь объем выпуска, в руб.;

FC – постоянные затраты на весь объем выпуска, в руб.

В свою очередь:

$$p = p \cdot K, \text{ а } BC = z \cdot K,$$

где p – цена единицы изделия, в руб.;

K – объем выпуска продукции, в штуках;

z – переменные затраты на единицу изделия, в руб.

В результате формула (1) примет вид:

$$\Pi = (p - z) \cdot K - FC. \quad (2)$$

Для расчета «точки безубыточности» – « K_k », прибыль равна нулю ($\Pi=0$).

Уравнение (2) примет следующий вид:

$$0 = (p - z) \cdot K_k - FC. \quad (3)$$

Для определения количества выпускаемой продукции с целью получения прибыли в размере 40 000 руб. необходимо преобразовать формулу (2).

3. Тестовые задания:

3.1. В цену импортного товара включены:

- а) контрактная цена
- б) издержки производства экспортера
- в) сборы за таможенное оформление
- г) таможенная стоимость
- д) НДС, взимаемый при таможенном оформлении товара

3.2. Психологические аспекты ценообразования:

- а) снижение цен на товары, не пользующиеся спросом
- б) установление «неокругленных» цен
- в) установление «премиальных» цен
- г) ценовая дискриминация
- д) установление пониженных цен

Задание 5

1. Ценообразующие факторы и их характеристика.

2. Задача. Определите свободную розничную цену на импортный товар, закупаемый организацией розничной торговли за счет собственных валютных средств.

Известно: таможенная стоимость – 60 долларов США; курс рубля по отношению к доллару, установленный Центральным банком РФ на дату принятия таможенной декларации, – 30 руб.; таможенная пошлина – 15%; НДС, взимаемый при таможенном оформлении и при

выпуске товара в свободное обращение – 18%; сборы за таможенное оформление – 3 руб.; торговая надбавка – 25%.

3. Тестовые задания:

3.1. Сферы деятельности, относимые к естественной монополии:

- а) добыча угля
- б) производство электроэнергии
- в) добыча драгоценных металлов
- г) транспортировка нефти по магистральным трубопроводам
- д) грузовые перевозки железнодорожным транспортом

3.2. Установите последовательность включения в полную себестоимость расходов:

- а) расходы по содержанию и эксплуатации оборудования
- б) стоимость сырья и материалов
- в) цеховые расходы
- г) основная зарплата производственных рабочих
- д) коммерческие расходы
- е) общехозяйственные расходы

Задание 6

1. Стратегия высоких цен («снятия сливок»), ее суть и условия применения.

2. Задача. Определите себестоимость изделия и составьте структуру свободной отпускной цены.

Известно: свободная отпускная цена изделия – 472 руб (с НДС); рентабельность, исчисленная к себестоимости, – 30%; НДС – 18%.

3. Тестовые задания:

3.1. Элементами розничной цены импортного товара могут быть:

- а) сборы за таможенное оформление
- б) таможенная пошлина
- в) контрактная цена
- г) таможенная стоимость
- д) НДС, взимаемый при таможенном оформлении товара
- е) торговая надбавка
- ж) издержки обращения

3.2. В зависимости от сферы товарного обращения цены внутреннего рынка бывают:

- а) биржевые
- б) постоянные
- в) закупочные
- г) отпускные (оптовые)
- д) сезонные
- е) скользящие

Задание 7

1. Скидки за особые условия продаж как инструмент ценовой политики фирмы.

2. Определите сумму торговой надбавки в розничной цене товара и ее процент к свободной отпускной цене.

Известно: свободная розничная цена (с НДС) – 590 руб.; свободная отпускная цена (с НДС) – 472 руб.; НДС – 18%.

3. Тестовые задания:

3.1. При установлении справочных цен мирового товарного рынка учитываются:

- а) издержки продавца
- б) спрос покупателей
- в) предложение
- г) конкуренция
- д) прибыль продавца

3.2. Полная себестоимость количественно отличается от производственной себестоимости на величину расходов:

- а) цеховых
- б) коммерческих
- в) транспортных
- г) общехозяйственных
- д) прямых

Задание 8

1. Этапы разработки ценовой стратегии.

2. Задача. Составьте калькуляцию себестоимости 100 пар обуви. Определите себестоимость 1 пары обуви.

Известно: свободная отпускная цена 1 дм² хрома эластичного – 60 руб. (без НДС); чистая площадь (площадь лекал 2250 дм²); использование нормы расхода хрома эластичного – 70%; стоимость других материалов (кожподкладочные материалы, детали низа и т.д.) – 25 000 руб.; основная зарплата производственных рабочих – 30 000 руб.; дополнительная заработная плата производственных рабочих – 10% к основной заработной плате; отчисления на социальные нужды – 30,8% ко всей сумме заработной платы производственных рабочих; расходы по содержанию и эксплуатации оборудования – 50% к основной зарплате производственных рабочих; цеховые расходы – 45% к основной зарплате производственных рабочих; общехозяйственные расходы – 55% к основной зарплате производственных рабочих; коммерческие расходы – 1% к производственной себестоимости.

3. Тестовые задания:

3.1. Розничная цена отечественного товара включает в себя:

- а) издержки обращения
- б) свободную отпускную цену (без НДС)
- в) себестоимость
- г) торговую надбавку
- д) свободную отпускную цену (с НДС)
- е) НДС

3.2. Метод определения таможенной стоимости, используемый как первый:

- а) «вычитания»
- б) «резервный»
- в) «сложения»
- г) по стоимости сделки с ввозимыми товарами
- д) по стоимости сделки с однородными товарами
- е) по стоимости сделки с идентичными товарами

Задание 9

1. Стратегия низких цен («ценового прорыва»), ее суть и условия применения.

2. Задача. Составьте калькуляцию себестоимости 1 ц хлебабулочных изделий. Определите себестоимость одного изделия весом 0,10 кг.

Известны следующие данные на 1 ц хлебабулочных изделий: стоимость сырья, исчис-

ленная в свободных отпускных ценах, – 5 000 руб. (без НДС); вспомогательные материалы – 800 руб.; транспортно-заготовительные расходы – 0,5% к стоимости сырья и материалов; топливо и электроэнергия на технологические цели – 700 руб.; основная заработная плата производственных рабочих – 1500 руб.; дополнительная заработная плата производственных рабочих – 10% к основной заработной плате; отчисления на социальные нужды – 30,2% к общей сумме заработной платы производственных рабочих; расходы по содержанию и эксплуатации оборудования – 40% к основной заработной плате производственных рабочих; цеховые расходы – 35% к основной заработной плате производственных рабочих; общехозяйственные расходы – 45% к основной заработной плате производственных рабочих; коммерческие расходы – 1,5% к производственной себестоимости.

3. Тестовые задания:

3.1. Политика ценовой дискриминации предусматривает:

- а) унифицированное ценообразование
- б) формирование ценовых рядов
- в) среднюю долю прибыли в цене
- г) дифференцированную долю прибыли в цене

3.2. Регулирование цен Федеральной службой по тарифам осуществляется на:

- а) нефть
- б) газ
- в) грузовые железнодорожные перевозки
- г) электроэнергию
- д) уголь
- е) драгоценные металлы

Задание 10

1. Формирование рыночных цен в рамках товарной номенклатуры.

2. Составьте калькуляцию продажной цены 100 порций блюда, реализуемых в кафе.

Определите свободную продажную цену одной порции блюда.

Известно: норма расхода продуктов на одну порцию блюда: говядина – 100 г, сало – 10 г, лук – 60 г, мука – 5 г, соленые огурцы – 20 г., специи – 3 г.; свободная отпускная цена (без НДС) за 1 кг говядины – 70 руб., сала – 40 руб., лука – 5 руб., муки – 8 руб., соленых огурцов – 20 руб., специй – 100 руб.; единая наценка – 50%; НДС – 18%.

3. Тестовые задания:

3.1. Свободная розничная цена импортного товара больше расчетной цены на:

- а) НДС, взимаемый при выпуске товара в свободное обращение
- б) торговую надбавку
- в) НДС, взимаемый при таможенном оформлении
- г) таможенную пошлину

3.2. В торговую надбавку включены:

- а) издержки производства
- б) прибыль
- в) издержки обращения
- г) расходы на рекламу
- д) транспортный налог

Задание 11

1. Порядок формирования цен на продукцию общественного питания.

2. Задача. Определите свободную отпускную цену (с НДС).

Известно: прямые расходы – 80 руб.; косвенные расходы – 30 руб.; рентабельность, исчисленная как отношение прибыли к себестоимости, 25%; НДС – 18%.

3. Тестовые задания:

3.1. В расчетную цену импортного товара, закупаемого организацией розничной торговли у экспортера, включены:

- а) контрактная цена
- б) сборы за таможенное оформление
- в) таможенная стоимость
- г) таможенная пошлина
- д) НДС, взимаемый при таможенном оформлении товара и выпуске товара в свободное обращение

е) НДС, взимаемый при выпуске товара в свободное обращение

ж) издержки обращения

3.2. В качестве убыточного лидера продаж нецелесообразны:

- а) картофель
- б) мука
- в) коньяк
- г) масло животное
- д) шоколад

Задание 12

1. Цели и методы рыночного ценообразования.

2. Задача. Определите свободную отпускную цену на изделие, предложенную фирмой-производителем для согласования с торговой фирмой.

Известно: стоимость сырья и материалов, исчисленная в свободных отпускных ценах, – 236 руб. (с НДС); затраты на обработку сырья и материалов – 100 руб.; рентабельность, исчисленная как отношение прибыли к стоимости сырья, – 10% и прибыли к затратам на обработку, – 40%; коммерческие расходы – 1,5% к производственной себестоимости; ставка НДС на сырье и материалы и готовое изделие – 18%.

3. Тестовые задания:

3.1. Политика «ценностного» подхода к ценообразованию – это:

- а) товар – технология – издержки – ценность – покупатель
- б) покупатель – ценность – цена – издержки – технология – продукт
- в) ценность – покупатель – продукт – технология – издержки – цена
- г) цена – издержки – технология – продукт – ценность

3.2. К реальным рыночным ценам мирового товарного рынка относят:

- а) цены проспектов
- б) цены торгов
- в) справочные цены
- г) цены аукционов
- д) цены каталогов

Задание 13

1. Порядок формирования свободных отпускных (оптовых) цен.

2. Задача. Определите цену на импортный товар, закупаемый организацией оптовой торговли за счет собственных валютных средств.

Известно: контрактная цена единицы товара – 80 долларов США; расходы по доставке единицы товара до таможенной границы – 8 долларов США; курс рубля по отношению к

доллару США, установленный на дату принятия таможенной декларации, – 30 руб.; таможенная пошлина – 20%; сборы за таможенное оформление – 4 руб.; НДС, взимаемый при таможенном оформлении, – 18%; НДС, взимаемый при выпуске товара в свободное обращение, – 18%; оптовая надбавка – 10%.

3. Тестовые задания:

3.1. Цель – обеспечение выживания при разработке ценовой политики – ставится фирмами, если:

- а) имеются избыточные производственные мощности
- б) потребности покупателей не меняются
- в) конкуренция значительна
- г) потребности покупателей меняются значительно
- д) товар эластичного спроса

3.2. Регулирование цен в России на федеральном уровне осуществляется на:

- а) черные металлы
- б) электроэнергию
- в) нефть
- г) продукты детского питания
- д) грузовые перевозки железнодорожным транспортом

Задание 14

1. Виды цен и их классификация.

2. Задача. Определите свободную розничную цену на товар, закупаемый организацией оптовой торговли у отечественного производителя и реализуемый в организацию розничной торговли. Составьте структуру свободной розничной цены.

Известно: себестоимость изделия – 320 руб.; свободная отпускная цена (с НДС) – 472 руб.; оптовая надбавка – 8%; торговая надбавка – 22%; НДС – 18%.

3. Тестовые задания:

3.1. Нижний предел цен на водку:

- а) установлен при определенных условиях реализации
- б) не установлен
- в) установлен при определенной крепости водки
- г) установлен при определенных условиях реализации

3.2. Статьи, включенные в производственную себестоимость:

- а) цеховые расходы
- б) стоимость сырья и материалов
- в) коммерческие расходы
- г) основная зарплата производственных рабочих
- д) расходы по содержанию и эксплуатации оборудования

Задание 15

1. Особенности формирования цен на импортные товары.

2. Задача. Определите «точку безубыточности» и при каком количестве выпускаемой продукции прибыль составит 600 000 руб.

Известно: оптовая цена единицы изделия (без НДС) (Ц) – 900 руб.; переменные затраты на единицу изделия (З) – 500 руб.; постоянные затраты на единицу изделия (Н) – 250 руб.; объем выпуска продукции (К) в размере 2 000 единиц обеспечивает получение прибыли с единицы продукции – 200 руб.

При решении задачи необходимо воспользоваться следующими формулами:

$$\Pi = P - BC - FC, \quad (1)$$

где Π – прибыль на определенный выпуск изделий, в руб.;

P – выручка от реализации изделий в отпускных ценах (без НДС), в руб.;

BC – переменные затраты на весь объем выпуска изделий, в руб.

В свою очередь: $P = Ц * K$, а $BC = 3 * K$.

В результате формула (1) примет вид:

$$\Pi = Ц * K - 3 * K - FC \quad (2) \text{ или}$$

$$\Pi = (P - 3) * K - FC.$$

Для расчета «точки безубыточности» – « K_k », прибыль равно нулю ($\Pi = 0$).

Отсюда уравнение (2) примет следующий вид:

$$0 = (Ц - 3) * K_k - FC. \quad (3)$$

Для определения количества выпускаемой продукции с целью получения прибыли в размере 600 000 руб. необходимо преобразовать формулу (2).

3. Тестовые задания:

3.1. Скидка с цены «сконто»:

- а) за объем продаж
- б) бонусная
- в) платежная
- г) сезонная
- д) дилерская

3.2. В цену подакцизного товара, реализуемого оптовой организацией в розничную торговлю, включены:

- а) себестоимость
- б) свободная отпускная цена (без НДС)
- в) акциз
- г) НДС
- д) свободная отпускная цена (без НДС)
- е) оптовая надбавка

Задание 16

1. Прибыль и косвенные налоги как элементы цены отечественного товара.

2. Задача. Определите розничную цену товара, реализуемого организацией розничной торговли, освобожденной от уплаты НДС.

Известно: стоимость сырья и материалов, исчисленная в ценах (с НДС) – 118 руб. (в том числе НДС – 18 руб.); затраты на обработку – 40 руб.; коммерческие расходы – 1% к производственной себестоимости; рентабельность, исчисленная как отношение прибыли к себестоимости, – 25%; торговая надбавка – 20%.

3. Тестовые задания:

3.1. Цель ценообразования по обеспечению выживаемости ставится фирмами, если:

- а) конкуренция незначительна
- б) потребности покупателей стабильны
- в) конкуренция значительна
- г) потребности покупателей меняются значительно
- д) производственные мощности избыточны
- е) производственные мощности недостаточны

3.2. Затраты, зависящие от объема выпускаемой продукции:

- а) косвенные

- б) постоянные
- в) переменные
- г) накладные
- д) коммерческие

Задание 17

1. Таможенные платежи как структурные элементы цены импортного товара.

2. Задача. Определите свободную розничную цену при условии, что отечественный производитель реализует товар через свой фирменный магазин. Отечественный производитель освобожден от уплаты НДС.

Известно: стоимость сырья и материалов, исчисленная в свободных отпускных ценах с НДС, – 354 руб. (в том числе НДС – 18%); основная зарплата производственных рабочих – 50 руб.; дополнительная зарплата производственных рабочих – 10% от основной зарплаты производственных рабочих; отчисления на социальные нужды – 30,8% ко всей сумме заработной платы производственных рабочих; прочие расходы (кроме коммерческих) – 150% к основной зарплате производственных рабочих; коммерческие расходы – 1% к производственной себестоимости; рентабельность, исчисленная как отношение прибыли к себестоимости, – 25%; торговая надбавка – 15%.

3. Тестовые задания:

3.1. Градация цен в рамках ценовой линии должна:

- а) учитывать скидки с цен по всем товарам ценовой линии
- б) быть четкой и не слишком близкой
- в) учитывать во всех ценовых линиях изменения в затратах на производство товара одной линии

г) быть четкой и слишком близкой

3.2. В зависимости от сферы товарного обращения цены бывают:

- а) скользящие
- б) отпускные
- в) сезонные
- г) биржевые
- д) торгов
- е) гибкие

Задание 18

1. Таможенная стоимость и ее использование в практике ценообразования.

2. Задача. Определите свободную розничную цену и составьте ее структуру при условии: а) товар закупается оптовой организацией у отечественного производителя и реализуется в розничную торговлю; б) отечественный производитель и оптовая организация являются плательщиками НДС; в) организация розничной торговли освобождена от уплаты НДС.

Известны следующие данные: себестоимость товара – 80 руб.; свободная отпускная цена – 118 руб. (с НДС); оптовая надбавка – 10%; торговая надбавка – 22%; НДС – 18%.

3. Тестовые задания:

3.1. Расходы, включаемые в производственную себестоимость:

- а) цеховые
- б) общехозяйственные
- в) по содержанию и эксплуатации оборудования
- г) коммерческие
- д) на топливо и энергию для технологических целей

3.2. В качестве убыточного «ценового лидера» выбираются:

- а) товары, цены которых известны большинству покупателей
- б) товары дорогостоящие
- в) товары, легко запоминающиеся покупателями
- г) товары, приобретаемые покупателями, наиболее чувствительными к уровню цен

Задание 19

1. Оптовые и торговые надбавки, порядок их формирования и применения.

2. Задача. Определите розничную цену на импортный товар, закупаемый организацией розничной торговли за счет собственных валютных средств.

Известно: контрактная цена единицы товара – 80 долларов США; расходы по транспортировке товара до таможенной границы РФ – 7 долларов США; курс рубля по отношению к евро, установленный ЦБ РФ на дату принятия таможенной декларации, – 39 руб.; таможенная пошлина – 15%; сборы за таможенное оформление – 5 руб.; НДС, взимаемый при таможенном оформлении товара, – 18%; НДС, взимаемый при выпуске товара в свободное обращение, – 18%; торговая надбавка – 25%.

3. Тестовые задания:

3.1. Установите соответствие:

Виды себестоимости	Статьи калькуляции себестоимости
1. Цеховая.	А – Расходы по содержанию и эксплуатации оборудования.
2. Производственная.	Б – Сырье и материалы.
3. Полная.	В – Коммерческие расходы.
	Г – Общехозяйственные расходы.
	Д – Основная зарплата производственных рабочих.
	Е – Цеховые расходы.

3.2. Торговая надбавка, как устанавливается к:

- а) себестоимости
- б) закупочной цене на сельскохозяйственную продукцию
- в) свободной отпускной цене (с НДС)
- г) цене оптовой организации (без НДС)
- д) свободной отпускной цене (без НДС)
- е) таможенной стоимости
- ж) контрактной цене на импортный товар

Задание 20

1. Ценообразование в сферах естественных монополий.

2. Задача. Определите цену, по которой комиссионер расплатится за товар с комитентом.

Известно: гражданин сдал брюки на комиссию организации розничной торговли; цена продажи брюк по согласованию сторон должна была составить – 708 руб. (с НДС); комиссионное вознаграждение по согласованию сторон – 10% к цене реализации брюк (без НДС), предусмотренной в договоре; фактическая цена продажи брюк составила 590 руб. (с НДС); комитент не смог доказать, почему брюки проданы по более низкой цене.

3. Тестовые задания:

3.1. Установите последовательность включения в цену товара ее структурных элементов:

- а) прибыль
- б) НДС
- в) торговая надбавка
- г) себестоимость
- д) акциз

3.2. Мировые цены, объективно отражающие конъюнктуру рынка:

- а) цены предложений
- б) цены фактических сделок
- в) цены аукционов
- г) цены прейскурантов
- д) цены каталогов
- е) цены проспектов

Задание 21

1. Цены мирового товарного рынка: биржевые, аукционов, торгов и фактических сделок.

2. Задача. Определите сумму прибыли в цене и рентабельность, исчисленную как отношение прибыли к себестоимости.

Известно: производственная себестоимость единицы изделия – 300 руб.; фирма-производитель передала на реализацию партию товара посреднику на основании договора комиссии. Цена реализации изделия посредником – 590 руб. (с НДС). Посредник полностью перечислил эту сумму комитенту; комиссионное вознаграждение посредника – 10% от цены реализации (без НДС); НДС – 18%.

3. Тестовые задания:

3.1. Выбор товара в качестве «убыточного лидера продаж» осуществляют:

- а) организации-производители
- б) организации розничной торговли
- в) организации оптовой торговли
- г) посреднические фирмы

3.2. Цена «франко» зависит от:

- а) доли товара на рынке
- б) вида товара
- в) особенностей транспортировки товара
- г) спроса на товар
- д) конкуренции

Задание 22

1. Формирование тарифов на грузовые перевозки железнодорожным транспортом.

2. Задача. Определите себестоимость и торговую надбавку. Составьте структуру свободной розничной цены.

Известно: свободная розничная цена (с НДС) – 147,5 руб.; свободная отпускная цена (с НДС) – 118 руб.; рентабельность, исчисленная как отношение прибыли к себестоимости, – 25%; НДС – 18%.

3. Тестовые задания:

3.1. Регулирование цен по решению Правительства РФ осуществляется на:

- а) хлеб
- б) определенные виды лекарств
- в) хлеб и хлебобулочные изделия
- г) водку крепостно свыше 28%
- д) товары детского ассортимента
- е) масло растительное

3.2. Транспортный налог:

- а) является структурным элементом розничной цены
- б) включается в себестоимость продукции

- в) является структурным элементом оптовой надбавки
- г) включается в издержки обращения
- д) не учитывается при формировании цен и оптовых надбавок

Задание 23

1. Ценообразование в электроэнергетике.
2. Задача. Определите свободную розничную цену и составьте ее структуру.

Известно: прямые расходы по производству товара – 220 руб., а косвенные – 110 руб.; свободная отпускная цена (с НДС) – 472 руб.; оптовая надбавка – 8%; торговая надбавка – 20%; НДС – 18%.

3. Тестовые задания:

3.1. В полную себестоимость необходимо включить:

- а) стоимость сырья и материалов
- б) цеховую себестоимость
- в) заработную плату производственных рабочих
- г) коммерческие расходы
- д) транспортные расходы
- е) общехозяйственные расходы.

3.2. Установите последовательность включения структурных элементов в розничную цену подакцизного импортного товара:

- а) сборы за таможенное оформление
- б) таможенная пошлина
- в) НДС, взимаемый при выпуске товара в свободное обращение
- г) акциз

Задание 24

1. Регулирование цен в странах с развитой рыночной экономикой.
2. Задача. Определите свободную розничную цену и составьте ее структуру.

Известно: организация оптовой торговли закупила товар у отечественного производителя по цене 354 руб. (с НДС) за единицу; оптовая надбавка – 10%, торговая надбавка – 25%; себестоимость единицы товара – 250 руб.; отечественный производитель является плательщиком НДС, а оптовая и розничная торговля освобождены от уплаты НДС, так как применяют упрощенную систему налогообложения; НДС – 18%.

3. Тестовые задания:

3.1. Расходы, включаемые в цеховую себестоимость:

- а) основная зарплата производственных рабочих
- б) коммерческие расходы
- в) сырье и материалы
- г) расходы по содержанию и эксплуатации оборудования
- д) общехозяйственные расходы

3.2. Установите соответствие:

Классификация цен	Виды цен
1. В зависимости от сферы товарного обращения.	А – свободные
2. В зависимости от степени воздействия государства на формирование цен.	Б – биржевые
	В – подвижные
3. В зависимости от фиксации в контракте.	Г – регулируемые
	Д – розничные
	Е – твердые
	Ж – отпускные (оптовые)

Задание 25

1. Ценообразование в газовой промышленности.

2. Задача. Определите цену, по которой оптовая организация будет реализовывать товар в розничную торговлю. Составьте структуру этой цены.

Известно: оптовая организация закупила товар у отечественного производителя; свободная отпускная цена (с НДС) – 590 руб.; рентабельность, исчисленная как отношение прибыли к себестоимости и учитываемая при установлении свободной отпускной цены, – 25%; оптовая надбавка – 10%; отечественный производитель является плательщиком НДС, а оптовая организация освобождена от уплаты НДС; НДС – 18%.

3. Тестовые задания:

3.1. Стратегия «ценового прорыва» успешна, если:

- а) товар имеет значительный жизненный цикл
- б) производственные мощности фирмы достаточные
- в) емкость рынка ограничена
- г) финансовое положение фирмы устойчивое
- д) емкость рынка значительна
- е) потенциальные конкуренты имеют возможность для снижения цен

3.2. Установите последовательность цен с учетом базисных условий поставки («Инкотермс-2010») для любого вида транспорта:

- а) DDU
- б) CIF
- в) DAF
- г) FCA
- д) EXW
- е) DDP
- ж) CPT

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ»

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. Розничная цена, порядок ее расчета, сферы применения.
35. Мировые цены, их понятие и виды, роль и значение в международном сотрудничестве.
36. Таможенная стоимость товара, порядок ее установления.
37. Регулирование цен и тарифов в РФ.
38. Особенности установления цен на продукцию и услуги строительных организаций.
39. Особенности установления цен на продукцию (работы, услуги) сельского хозяйства.
40. Особенности установления цен (тарифов) на услуги связи.
41. Особенности установления цен на услуги гостиничных предприятий.
42. Особенности установления цен на услуги сервисных предприятий.
43. Особенности установления цен на рынке туристических услуг.
44. Особенности установления цен, тарифов на работы, услуги жилищно-коммунального хозяйства.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература

1. Лев М.Ю. Цены и ценообразование [Электронный ресурс]: учебник. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 383 с. URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446413](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446413)
2. Лесник А.Л. Гостиничный менеджмент: политика ценообразования и управления доходом [Электронный ресурс]: учебное пособие. - СПб.: ИЦ «Интермедия», 2014. - 271 с. URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=225940](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=225940)
3. Магомедов М.Д. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебник. - М.: Дашков и К, 2012. – 253 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394015212.html>
4. Ценообразование: учеб. пособие / под ред. Г.А. Тактарова. - М.: Финансы и статистика, 2014. – 192 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279032822.html>

5. Шуляк П.Н. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебно-практ. пособие. - М.: Дашков и К, 2014. – 196 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394013874.html>

б) дополнительная литература

1. Ким С. А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник М.: Дашков и К, 2013. – 204 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/doc/ISBN9785394020148-SCN0014.html>

2. Клинов В.Г. Мировые товарные рынки и цены [Электронный ресурс]: учебник / В.Г. Клинов, Л.С. Ревенко, Т.И. Ружинская - М.: МГИМО, 2012. – 500 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785922808088.html>

3. Ценообразование в организации [Электронный ресурс]: практикум / Т.В. Емельянова, Е.П. Бабушкина, В.В. Приходько и др.; под ред. Т.В. Емельяновой. - Минск: Вышэйшая школа, 2013. – 336 с. URL: [//biblio-club.ru/index.php?page=book&id=235671](http://biblio-club.ru/index.php?page=book&id=235671)

4. Косинова Е.А. Ценообразование: теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.А. Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казарова. – Ставрополь: АГРУС, 2012. – 160 с. URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233076](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233076)

в) периодические издания

1. Вопросы экономики*
2. Маркетинг в России и за рубежом*
3. Проблемы современной экономики*
4. Российский экономический журнал*

*Примечание: * - литература из фонда библиотеки ВлГУ*

г) электронные ресурсы:

1. <http://www1.minfin.ru/> - официальный сайт Министерства финансов РФ
2. <http://www.gks.ru/> - официальный сайт ФСГС
3. <http://edu.ru/> Федеральный портал «Российское образование»
4. <http://ecsocman.edu.ru/> Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»
5. <http://www.economicus.ru/> проект института «Экономическая школа»
6. <http://openet.edu.ru/> - Российский портал открытого образования
7. www.consultant.ru – Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
8. <http://pricinginfo.ru> – сайт «Ценообразование в гостиничном бизнесе»
9. <http://library.vlsu.ru/> - сайт научной библиотеки ВлГУ

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для материально-технического обеспечения дисциплины «Ценообразование в гостиничном бизнесе» используются специализированная аудитория с ПК и компьютерным проектором, наборы презентаций для лекционных и практических занятий, отражающие научную и прикладную проблематику данного курса, библиотека 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 43.03.03 «Гостиничное дело»

Рабочую программу составила к.э.н., доцент Жуковская И.Ф.

Рецензент

(представитель работодателя)

дир. ООО «Мономах»



Л.А. Коревина

(место работы, должность, ФИО, подпись)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и гостеприимства
Протокол № 8 от 18,01,2016 года

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

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 43.03.03 «Гостиничное дело»

Протокол № 3 от 20,01,16 года

Председатель комиссии

Полоцкая

О.П. Полоцкая

(ФИО, подпись)