

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

Яресь О.Б.

2022г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

(наименование дисциплины)

**направление подготовки / специальность**

43.03.03. «Гостиничное дело»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

**направленность (профиль) подготовки**

«УПРАВЛЕНИЕ И ТЕХНОЛОГИИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ»

(направленность (профиль) подготовки)

г. Владимир  
2022

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Ценообразование в сфере гостеприимства» 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 индустрии гостеприимства в условиях рыночных отношений.

Задачи:

- изучить роль цены в современном хозяйственном механизме;
- изучить сущность и методы регулирования цен;
- изучить ценообразование на мировом рынке;
- изучить особенности формирования цен в отдельных отраслях народного хозяйства, в т.ч. в индустрии гостеприимства;
- привить практические навыки в проведении расчетов по обоснованию уровня цены на оказываемые услуги в индустрии гостеприимства, выбору наиболее эффективных методов ценообразования; в разработке ценовой политики предприятия и выбору альтернативных стратегий ценообразования.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Ценообразование в сфере гостеприимства» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, программы бакалавриата по направлению 43.03.03 «Гостиничное 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-6 Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-6.1. Проводит анализ системы ценообразования организаций общественного питания и тарифной политики организаций сферы гостеприимства	<i>Знать:</i> - теоретические основы ценообразования; содержание основных методов ценообразования; - структуру и анализ себестоимости товаров (услуг); <i>Уметь:</i> - искать информацию, необходимую для анализа конъюнктуры рынка и динамики цен; <i>Владеть:</i> - навыками анализа и оценки структуры цен	Тестовые и ситуационные задания

## Продолжение таблицы

1	2	3	4
	ПК-6.2. Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные категории, понятия и показатели, используемые в экономической практике расчета и обоснования цен на товары (услуги);</li> <li>- виды цен, используемые в теории и практике ценообразования;</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обосновать целесообразность применения известных стратегий и тактических приемов ценообразования;</li> <li>- осуществить анализ безубыточности ценовых решений;</li> <li>- рассчитать различные виды цен известными методами;</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками самостоятельного применения теоретических основ ценообразования;</li> <li>- использования нормативно-правовой базы, регламентирующей ценообразование</li> </ul>	Тестовые и ситуационные задания
	ПК-6.3. Разрабатывает меры по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий сферы гостеприимства и общественного питания	<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>- провести маркетинговые исследования рынка с целью оценки реакции покупателей на цены, их изменение и выделить основные ценообразующие факторы;</li> <li>- оценить эластичность спроса;</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки ценовой политики в организации</li> </ul>	Тестовые и ситуационные задания

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов

##### 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	Предмет и задачи дисциплины. Теоретические основы ценообразования	5	1-2	4	4			2	
2	Ценообразование в условиях рыночной экономики	5	3-5	6	6		2	6	Рейтинг контроль № 1
3	Система и виды цен	5	6-8	6	6		2	6	
4	Методология ценообразования на предприятии: - Затратное и ценностное ценообразование - Параметрические методы определения цен. - Трансфертное ценообразование - Ценовая политика и стратегия фирмы	5	9-14	4 2 2 4	4 2 2 4		1 1 1 1	6 3 3 6	Рейтинг контроль № 2
5	Ценообразование во внешнеэкономической деятельности	5	15-16	4	4		2	2	
6	Регулирование цен в условиях рыночной экономики	5	17-18	4	4			2	Рейтинг контроль № 3
Всего за 5 семестр:				36	36		10	36	зачет
Наличие в дисциплине КП/КР				-	-	-	-	-	
Итого по дисциплине				36	36		10	36	зачет

**Тематический план**  
**форма обучения – очно-заочная (3 года 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	Предмет и задачи дисциплины. Теоретические основы ценообразования	4	1		1			6		
2	Ценообразование в условиях рыночной экономики	4	2-4	2	2		2	14		
3	Система и виды цен	4	5-7	2	2		2	14	Рейтинг контроль № 1	
4	Методология ценообразования на предприятии: - Затратное и ценностное ценообразование - Параметрические методы определения цен. - Трансфертное ценообразование - Ценовая политика и стратегия фирмы	4	8-12	1 1 1 1	2 1 1 2		1 1 1 1	14 8 8 14	Рейтинг контроль № 2	
5	Ценообразование во внешнеэкономической деятельности	4	13-15	2	1		2	6		
6	Регулирование цен в условиях рыночной экономики	4	16-18	2				6	Рейтинг контроль № 3	
Всего за 4 семестр:					12	12		10	84	зачет
Наличие в дисциплине КП/КР					-	-	-	-	-	
Итого по дисциплине					12	12		10	84	зачет

## Содержание лекционных занятий по дисциплине

### **Тема 1. Предмет и задачи дисциплины. Теоретические основы ценообразования**

Предмет и задачи курса. Понятие цены и её роль в экономике. Эволюция теорий цены. Функции цены. Ценообразующие факторы. Методология и принципы.

### **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. 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. 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. 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. Роль антимонопольных органов в выявлении монопольных цен, ограничении, пресечении монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции. Методы расчета средней цены и индексная оценка динамики цен

### **Тема 4. Методология ценообразования на предприятии**

Понятие и основные цели ценовой политики. 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. 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. 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. Учет в ценообразовании инфляционных процессов. Установление окончательной цены.

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 вы-

бор. 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 5. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности**

Понятие «мировой рынок». Его взаимосвязь с внутренними рынками и отличия от них. Мировые цены, закономерности и факторы их формирования. Виды цен мирового рынка. Особенности цен на экспортные товары и их отличие от внутренних цен. Контрактная цена и способ ее фиксации. 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. Валютный курс и цены.

#### **Тема 6. Регулирование цен в условиях рыночной экономики**

Необходимость регулирования экономики и цен. 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. Действующие законодательные и нормативные документы в данной области. Перечень товаров и услуг, по которым допускается прямое регулирование цен органами исполнительной власти. Регулирование цен во внешнеторговом обороте.

### **Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине**

#### **Тема 1. Предмет и задачи дисциплины. 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*

#### **Тема 2. 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. Совокупный спрос и совокупное предложение. Модель равновесия на макроэкономическом товарном рынке.

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

#### **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 ценообразования в сфере услуг. Ценообразование в сфере туризма и гостеприимства

*Форма занятия – устный опрос, презентация, тестирование, доклады*

#### **Тема 4. Методология ценообразования на предприятии**

Издержки предприятия: внешние и внутренние. Валовой доход и предпринимательский доход. Прибыль. Постоянные, переменные, общие, средние и предельные издержки, их взаимосвязи. Издержки в долгосрочном периоде. Сущность и виды себестоимости для ценообразования. Классификация затрат, входящих в себестоимость, по различным признакам. Сущность калькулирования, методы, применяемые при калькулировании. Калькуляционные статьи гостиничного предприятия. 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. Трансфертные цены и методы

их определения. Формирование цен при расчёте потребителя гостиничной услуги.

Сущность, цели и задачи ценовых стратегий. Взаимосвязь ценовой стратегии и ценовой политики. Сочетание и последовательность разработки ценовой политики и ценовой стратегии. Методы и стратегии ценообразования гостиничного продукта.

*Форма занятия – дискуссия, рецензирование выступлений, презентация, решение задач, кейс-стади*

#### **Тема 5. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности**

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

*Форма занятия – устный опрос, кейс-стади, решение задач*

#### **Тема 6. Регулирование цен в условиях рыночной экономики**

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

## **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. Современная экономика определяет цену как:**

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

#### **2. А. Смит определял цену как:**

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

#### **3. В рамках теории полезности цена определяется как:**

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

#### **4. Классический подход к концепции ценообразования определяет цену как:**

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



- b) денежное выражение стоимости
- c) форма выражения ценности, полезности благ, проявляющаяся в процессе обмена
- d) фокус, в котором сходятся числовые поля конъюнктуры рынка

**5. К функциям цены НЕ относится:**

- a) учетно-измерительная функция
- b) стимулирующая функция
- c) распределительная функция
- d) максимизирующая функция

**6. К функциям цены НЕ относится:**

- a) учетно-измерительная функция
- b) оптимизирующая функция
- c) стимулирующая функция
- d) балансирующая функция

**7. Ценообразующими факторами называют...**

- a) многообразие условий, в которых формируются структура и уровень цены
- b) формы связей между товарами, выражающие их взаимную экономическую зависимость
- c) задачи ценообразования
- d) виды цен

**8. К задачам ценообразования НЕ относится:**

- a) увеличение числа стран мира, создающих рыночную экономику
- b) реализация экологической политики
- c) решение социальных вопросов
- d) устранение конкуренции

**9. Влиянием каких факторов обусловлены цены на товары первой необходимости:**

- a) базовые
- b) конъюнктурные
- c) сырьевые
- d) регулирующие

**10. Кто из перечисленных сторон НЕ является участником процесса ценообразования:**

- a) государство
- b) покупатель
- c) продавец
- d) бухгалтер

**11. Цена способна воздействовать и на производство, и на потребление через:**

- a) функцию балансирования спроса и предложения
- b) стимулирующую функцию
- c) распределительную функцию
- d) учетно-измерительную функцию

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

- a) регулирующий
- b) конъюнктурный
- c) базовый
- d) сезонный

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

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

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

- a) учетно-измерительная функция

- b) стимулирующая функция
  - c) функция перелива капитала
  - d) распределительная функция
- 15. С помощью механизма цен для получения более высокой прибыли осуществляется перелив капиталов из одного сектора экономики в другой и внутри отдельных секторов туда, где норма прибыли более высокая, благодаря:**
- a) учетно-измерительной функции
  - b) стимулирующей функции
  - c) функции перелива капитала
  - d) распределительной функции
- 16. Поощрительное или сдерживающее воздействие цены на производство и потребление различных видов товаров обеспечивается:**
- a) учетно-измерительной функцией;
  - b) стимулирующей функцией;
  - c) функцией перелива капитала;
  - d) распределительной функцией.
- 17. Формирование конечного уровня цены происходит:**
- a) в сфере производства
  - b) в сфере потребления
  - c) в рыночных условиях
  - d) после уплаты таможенных пошлин
- 18. К факторам, влияющим на цену, НЕ относится:**
- a) потребительский выбор
  - b) производственный потенциал
  - c) предложение
  - d) спрос
- 19. Снижение цены на товар приводит к росту выручки от продаж в случае:**
- a) высокоэластичного спроса;
  - b) низкоэластичного спроса;
  - c) единичной эластичности;
  - d) нулевой эластичности.
- 20. Если коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене больше нуля, то товары являются:**
- a) взаимозаменяемыми;
  - b) взаимодополняемыми;
  - c) независимыми;
  - d) нормальными.

*Тест 1: рейтинг-контролю № 2*

- 1. Система цен включает следующие блоки:**
- a) национальные – местные – мировые
  - b) оптовые – закупочные – розничные – рыночные
  - c) постоянные – временные – сезонные – разовые
  - d) оптовые – договорные – преискурантные
- 2. Виды цен в зависимости от территории действия:**
- a) единые
  - b) зональные
  - c) рыночные
  - d) справочные
  - e) местные
  - f) гибкие
  - g) контрактные
- 3. Подсистема, входящая в систему цен**

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

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

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

**5. Инфляция измеряется с помощью такого показателя, как :**

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

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

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

**7. К рычагам прямого ценового регулирования НЕ относятся:**

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

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

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

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

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

**10. От чего НЕ зависят условия «франко»:**

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

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

- a) прямой налог
- b) косвенный налог
- c) акциз
- d) сумма плановых издержек обращения, оптовая надбавка и плановая прибыль

**12. По какой цене одежда продается населению:**

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

**13. Какая цена более выгодна покупателю в условиях инфляции?**

- a) твердая

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

**14. Какая цена более выгодна продавцу в условиях инфляции?**

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

**15. По стадиям движения товара выделяют:**

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

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

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

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

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

**18. К какому критерию классификации относятся твердые цены?**

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

**19. Цена твердая – это:**

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

**20. Подвижная цена – это:**

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

### *Тест к рейтинг-контролю № 3*

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

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

**2. Решая социальные вопросы, государство...**

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

**3. Решая социальные вопросы, государство...**

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

**4. Поддерживая отечественного производителя, государство...**

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

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

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

**6. Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами**

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

**7. На решение каких задач направлены закупочные цены:**

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

**8. С какой целью государство устанавливает нижний предел цены:**

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

**9. При формировании тендерных цен:**

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

**10. При формировании аукционных цен:**

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

**11. При формировании биржевых цен:**

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

**12. Термин, который означает, до какого пункта на пути движения товара от продавца к**

**покупателю продавец возмещает транспортные расходы:**

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

**13. Государственное регулирование цен наиболее развито и распространено:**

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

**14. К рычагам прямого ценового регулирования НЕ относятся:**

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

**15. Цены регулируются на уровне субъектов Федерации:**

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

**16. К косвенным методам регулирования цен можно отнести:**

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

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

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

**18. Осуществление какого демпинга невозможно без участия государства:**

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

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

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

**20. К косвенному регулированию сельскохозяйственного рынка относят:**

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

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

#### ***Вопросы к зачету по дисциплине***

1. «Цена» и «стоимость», их понятие, взаимосвязь, парадигмы цены.
2. Функции цен в рыночной экономике и их реализация.

3. Факторы спроса, определяющие цену спроса на товар. Неценовые факторы спроса.
4. Факторы предложения, определяющие цену предложения товара. Неценовые факторы предложения.
5. Система цен в рыночной экономике РФ, их виды, группировка.
6. Требования, предъявляемые к системе цен.
7. Основные виды (сферы) рыночного ценообразования, их характерные особенности.
8. Характер ценообразования на конкурентном рынке.
9. Характер ценообразования на монополистическом рынке.
10. Рынок олигополистической конкуренции, характер ценообразования на нем.
11. Подходы в ценообразовании, их понятие, отличительные особенности.
12. Ценообразование: цели и задачи. Организация, порядок и этапы работы на предприятии по формированию цен.
13. Ценовые стратегии предприятия, их виды, условия выбора.
14. Стратегия дифференцированного ценообразования, ее содержание.
15. Стратегия конкурентного ценообразования, ее содержание.
16. Стратегии ассортиментного ценообразования, ее содержание.
17. Основные элементы и этапы разработки ценовых стратегий.
18. Ценовая политика предприятия в условиях рынка и ее проблемы, этапы разработки и реализации.
19. Методы формирования цен, их содержание и отличительные особенности.
20. Затратные методы установления цены, их содержание, достоинства и недостатки.
21. Метод установления цены на основе «анализа безубыточности», его содержание.
22. Состав и структура цены, ее основные элементы.
23. НДС, акцизы, таможенные пошлины, порядок включения в цену в соответствии с Налоговым кодексом (части I и II).
24. Система скидок и надбавок к цене, механизмы их применения. Плановые и тактические скидки.
25. Методы оценки риска в расчете цен.
26. Индексация цен, методология расчета.
27. Влияние инфляции на экономику предприятия, порядок расчета.
28. «Издержки», их понятие и значение для формирования цены.
29. Состав издержек и порядок их включения в цену.
30. Постоянные и переменные издержки, их состав и характеристика.
31. Средние и предельные издержки, методика их расчета.
32. Факторы, влияющие на уровень издержек.
33. Влияние изменения цен и издержек на прибыль предприятия, порядок расчета.
34. 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.

### **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 реферата, экзамене.

Также предусмотрено выполнение семестровой контрольной работы расчетного типа выполняется по вариантам (25) на основе методических указаний по выполнению контрольной работы.



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
<b>Основная литература*</b>		
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	<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 ред. Т. Г. Касьяненко. – М.: Юрайт. - 437 с.	2020	<a href="https://urait.ru/bcode/450125">https://urait.ru/bcode/450125</a>
3. Ценообразование: Учебное пособие / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова; Под ред. В.А. Слепова; РЭА им. Г.В. Плеханова. - М.: Магистр: ИНФРА-М. - 304 с.	2020	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1063806">https://znanium.com/catalog/product/1063806</a>
<b>Дополнительная литература</b>		
1. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия: учебник для вузов. – М.: Юрайт. - 338 с.	2021	<a href="https://urait.ru/bcode/469178">https://urait.ru/bcode/469178</a>
2. Государственное регулирование цен (тарифов) в Российской Федерации: административно-правовой аспект : учеб. пособие / С.Н. Зайкова.- М. : ИНФРА-М. - 247 с.	2019	<a href="http://znanium.com/catalog/product/962151">http://znanium.com/catalog/product/962151</a>
3. Липсиц, И. В. Ценообразование: учебник и практикум для вузов. – М.: Юрайт. - 368 с.	2020	<a href="https://urait.ru/bcode/449760">https://urait.ru/bcode/449760</a>
4. Шуляк П.Н. Ценообразование: Учебно-практическое пос. - М.: Дашков и К. - 196 с.	2018	<a href="http://znanium.com/catalog/product/342026">http://znanium.com/catalog/product/342026</a>
5. Управление ценами: Учебник / Карпов С.В., Русин В.Н., Рожков И.В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М. - 236 с.	2016	<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://ecsosman.edu.ru/>
4. Официальный интернет-портал Федеральной службы государственной статистики (Росстат). – URL: <http://www.gks.ru/>
5. Официальный сайт Министерства финансов РФ. – URL: <http://www1.minfin.ru>
6. Электронная библиотечная система ВлГУ. – URL: <http://library.vlsu.ru/>
6. Библиографическая и реферативная база данных научных публикаций Scopus. – URL: <http://www.scopus.com/>
7. База данных международных индексов научного цитирования Web of Science. – URL: [webofscience.com](http://www.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 Нуждина И.А., к.э.н. доц. И.А.  
(ФИО, должность, подпись)

Рецензент  
(представитель работодателя) Директор ООО «Мономах» Л.А.Коровина  
(место работы, должность, ФИО, подпись)



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Коммерция и гостеприимство»  
Протокол № 1 от 29.08.22 года  
Заведующий кафедрой к.э.н., доцент О.Б.Ярьс  
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена  
на заседании учебно-методической комиссии направления 43.03.03 «Гостиничное дело»  
Протокол № 1 от 30.08.22 года  
Председатель комиссии к.п.н., доцент М.В.Краснова  
(ФИО, должность, подпись)