

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

« 26 » мая 2015 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ОРГАНИЗАЦИЯХ СЕРВИСА

(наименование дисциплины)

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Профиль подготовки: Клиентоориентированный сервис
автомобильного рынка

Уровень высшего образования: Бакалавриат

Форма обучения: Очная

Семестр	Трудоем- кость зач. ед, час.	Лек- ции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
5	5 зач. ед. 180 час.	36	36	—	72	Курсовой проект Экзамен 36 час.
Итого	5 зач. ед. 180 час.	36	36	—	72	Курсовой проект Экзамен 36 час.

Владимир 2015

mol

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины «Ценообразование в организациях сервиса» является усвоение ценовой политики, экономически обоснованной методики установления цен с целью принятия компетентных решений в области ценообразования на микроуровне, с учетом конкретных ситуаций на товарных рынках, последовательной их реализации для эффективного функционирования коммерческих организаций, предоставляющих сервисные услуги, в рыночных условиях.

Задачи дисциплины:

- усвоение роли цены в современном хозяйственном механизме;
- изучение основ и методологии рыночного ценообразования в организациях сервиса;
- изучение системы цен;
- усвоение формирования свободных цен, в том числе особенностей на импортные товары;
- рассмотрение ситуаций по определению цен в зависимости от звеньев товародвижения, порядка возмещения транспортных расходов, учета налога на добавленную стоимость в цене;
- приобретение умений по определению цен в коммерческой деятельности предприятий сервиса.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Ценообразование в организациях сервиса» относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана подготовки бакалавров по направлению 43.03.01 «Сервис», профилю «Клиентоориентированный сервис автомобильного рынка».

Данная дисциплина является одной из основных дисциплин, предназначенных для подготовки специалистов в сфере сервиса и находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ОПОП. Изучение дисциплины базируется на сумме знаний и навыков, полученных студентами в ходе изучения дисциплин: «Сервисная деятельность», «Менеджмент в сервисе», «Маркетинг в сервисе», «Организация и планирование деятельности предприятий сервиса», «Основы предпринимательской деятельности» и др.

Для специалистов организаций сервиса курс позволит четко ориентироваться при выборе форм и методов ценообразования в организациях сервиса, грамотно использовать необходимые правовые инструменты при формировании ценовой политики предприятия.

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

Выпускник с квалификацией (степенью) «бакалавр» в соответствии с требованиями ФГОС ВО, целями основной образовательной программы и задачами профессиональной деятельности должен быть готовым к применению современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей (ПК-6)

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

современные сервисные технологии в процессе предоставления услуг, включая процессы ценообразования на предприятиях автомобильного рынка (ПК-6);

Уметь:

применять современные методы ценообразования в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей (ПК-6)

Владеть

методами формирования ценовой политики предприятий сервиса, современными технологиями определения различных видов цен с учетом звеньев товародвижения и налоговой составляющей в организациях автомобильного сервиса с целью удовлетворения потребностей потребителей (ПК-6).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
1	Введение. Цена как экономическая категория	5	1	2	2			4		4/100	
2	Классификация цен, их виды. Система цен.	5	2-3	4	4			6		4/50	
3	Этапы процесса ценообразования.	5	4-5	4	2			6		4/67	
4	Государственное регулирование цен	5	6	2	4			4		2/33	Рейтинг-контроль №1
5	Отраслевое ценообразование	5	7-8	6	4			8		8/80	
6	Роль издержек в формировании цен в организациях сервиса автомобильного рынка	5	9-10	4	6			6		8/80	
7	Формы и методы ценовой политики предприятий сервиса	5	11-12	4	4			10		4/50	Рейтинг-контроль №2
8	Цены и финансовые	5	13	2	2			6		2/50	

	отношения										
9	Ценообразование и инфляция	5	14	2	2			4		2/50	
10	Цены и кредитные отношения.	5	15	2	2			6		2/50	
11	Ценообразование и система налогообложения	5	16	2	2			6		2/50	
12	Ценообразование во внешнеэкономической деятельности организаций сервиса	5	17-18	2	2			6		4/100	Рейтинг-контроль №3
Всего				36	36			72	КП	46/64	Экзамен (36 час.)

Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них профессиональных компетенций представлена в таблице.

Темы, разделы дисциплины	Количество часов	Компетенции	Σ общее число компетенций
		ПК-6	
Введение. Цена как экономическая категория	8	+	1
Классификация цен, их виды. Система цен.	14	+	1
Этапы процесса ценообразования.	12	+	1
Государственное регулирование цен	10	+	1
Отраслевое ценообразование	18	+	1
Роль издержек в формировании цен в организациях сервиса автомобильного рынка	16	+	1
Формы и методы ценовой политики предприятий сервиса	18	+	1
Цены и финансовые отношения	10	+	1
Ценообразование и инфляция	8	+	1
Цены и кредитные отношения.	10	+	1
Ценообразование и система налогообложения	10	+	1
Ценообразование во внешнеэкономической деятельности организаций сервиса	10	+	1
Курсовой проект		+	1
Экзамен	36	+	1
Итого	180		
Вес компетенции		1	

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Перечень тем лекционных занятий

Тема 1. Введение. Цена как экономическая категория.

Ценообразующие факторы экономического, политического и социального

значения. Формирование цен на основе потребительского спроса. Бюджетное ограничение. Механизм рыночного саморегулирования. Государство и рыночный механизм в процессе ценообразования.

Тема 2. Классификация цен, их виды. Система цен.

Правила учёта и регламентирования посреднических услуг. Группировка цен с учётом базисных условий. Налоги как элемент цены. Определение и сущность цены. Функции цен. Главные цели (задачи) ценовой политики. Состав и структура цены. Группировка цен по стадиям ценообразования. Классификация расходов, включаемых в стоимость товаров и услуг. Формирование цены по стадиям ценообразования

Тема 3. Этапы процесса ценообразования.

Методология и методики ценообразования. Принципы ценообразования. Расчётные методы ценообразования (формирование цены по методу полных издержек, по методу стандартных (нормативных) издержек; по методу прямых издержек; по методу баллов; на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли; с учётом потребительского эффекта, ценовой метод регрессии). Ценовые методы стимулирования продажи товаров. Принцип определения цены. Направления совершенствования планирования себестоимости продукции.

Тема 4. Государственное регулирование цен.

Государственные органы ценообразования, их задачи и функции, принципы и методы государственного регулирования цен в условиях рыночной экономики. Опыт государственного регулирования рыночного ценообразования. Государственная дисциплина цен и контроль за ее соблюдением.

Тема 5. Отраслевое ценообразование

Ценообразование на продукцию общественного питания. Ценообразование на продукцию топливно-энергетического комплекса. Формирование тарифов на электроэнергию. Ценообразование в сельском хозяйстве. Ценообразование на лекарственные средства и медицинские услуги. Тарифы на бытовые коммунальные услуги, услуги связи. Ценообразование на строительную продукцию. Формирование тарифов на транспортные услуги (жд, водный, автомобильный). Формирование цен в туристских предприятиях и организациях сервиса.

Тема 6. Роль издержек в формировании цен в организациях сервиса автомобильного рынка

Понятие издержек. Классификация издержек. Постоянные издержки предприятий сервиса. Переменные издержки предприятий сервиса. Учет издержек в процессах ценообразования в организациях сервиса автомобильного рынка.

Тема 7. Формы и методы ценовой политики предприятий сервиса.

Понятие и сущность ценовой политики организации. Формы и методы ценовой политики. Ценовая стратегия предприятия. Этапы разработки ценовой стратегии организации сервиса.

Тема 8. Цены и финансовые отношения

Взаимосвязь цен и финансов как стоимостных категорий. Регулирование цен и денежного обращения в рыночных условиях. Цены и валютный курс государства. Цены и инфляция.

Тема 9. Ценообразование и инфляция

Учёт в ценообразовании инфляционных процессов. Стратегии дифференцированного ценообразования. Стратегии конкурентного ценообразования. Стратегия ассортиментного ценообразования. Технология формирования ценовой стратегии.

Тема 10. Цены и кредитные отношения.

Взаимосвязь цен и кредита как стоимостных категорий. Роль кредита в стимулировании эффективного воспроизводства, его влияние на уровень и динамику цен. Процентная ставка как элемент системы цен.

Тема 11 Ценообразование и система налогообложения

Характеристика взаимодействия системы налогообложения с системой цен. Налог на прибыль. Налог на добавленную стоимость. Акциз. Налоги, входящие в структуру издержек.

Тема 12 Ценообразование во внешнеэкономической деятельности организаций сервиса.

Понятие мировых цен. Биржевые цены, методы их установления. Цены экспорта и импорта. Таможенные пошлины. Способы страхования риска при внешнеэкономической деятельности организаций сервиса.

Примерная тематика практических занятий

Тема 1. Введение. Цена как экономическая категория.

Цель: углубление и закрепление знаний, полученных на лекции, уяснение содержания понятия цены как экономической категории.

Учебные вопросы:

1. Цена как экономическая категория.
2. Функции цены.
3. Ценообразующие факторы.
4. Решение задач и ситуаций.

Тема 2. Классификация цен, их виды. Система цен.

Цель: углубление и закрепление знаний, полученных на лекции, уяснение понятия и сущности системы цен..

Учебные вопросы:

1. Состав и структура цены
2. Классификация цен по признакам.
3. Основные блоки системы цен.
4. Трансфертные (внутрифирменные) цены.
5. Решение задач и ситуаций.
6. Тест.

Тема 3. Этапы процесса ценообразования.

Цель: углубление и закрепление знаний, полученных на лекции, уяснение понятия и сущности ценообразования.

Учебные вопросы:

1. Общий порядок формирования цен.
2. Затратные методы ценообразования.
3. Рыночные методы установления цены на товар или услугу.
4. Установление цен на товары-новинки.
5. Установление цен на товары, стабильно реализуемые на рынке.
6. Формирование цены с учетом жизненного цикла товара.
7. Скидки и надбавки к ценам.
8. Решение задач и ситуаций.

Тема 4. Государственное регулирование цен.

Цель: углубление и закрепление знаний, полученных на лекции, уяснение роли государства в регулировании процессов ценообразования..

Учебные вопросы:

1. Внешние факторы ценообразования.
2. Методы государственного регулирования цен.
3. Решение задач и ситуаций.

4. Тест.

Тема 5. Отраслевое ценообразование

Цель: углубление и закрепление знаний, полученных на лекции, уяснение отраслевых особенностей процессов ценообразования в экономике.

Учебные вопросы:

1. Ценообразование на продукцию общественного питания.
2. Ценообразование на продукцию топливно-энергетического комплекса.
3. Формирование тарифов на электроэнергию.
4. Ценообразование в сельском хозяйстве.
5. Тарифы на бытовые коммунальные услуги, услуги связи.
6. Ценообразование на строительную продукцию.
7. Формирование тарифов на транспортные услуги (жд, водный, автомобильный).
8. Формирование цен в туризме.
9. Формирование цен в организациях автомобильного сервиса.
10. Решение задач и ситуаций.
11. Тест.

Тема 6. Роль издержек в формировании цен в организациях сервиса автомобильного рынка

Цель: углубление и закрепление знаний, полученных на лекции, уяснение содержания понятия издержки и их роли в ценообразовании.

Учебные вопросы:

1. Понятие и сущность издержек.
2. Классификация издержек.
3. Распределение и учет издержек в процессах ценообразования в организациях сервиса автомобильного рынка

Тема 7. Формы и методы ценовой политики предприятий сервиса.

Цель: углубление и закрепление знаний, полученных на лекции, уяснение понятия и сущности политики ценообразования организаций.

Учебные вопросы:

1. Понятие и сущность ценовой политики организации.
2. Формы и методы ценовой политики.
3. Ценовая стратегия предприятия.
4. Этапы разработки ценовой стратегии организации сервиса.
5. Решение задач и ситуаций.
6. Тест.

Тема 8. Цены и финансовые отношения

Цель: углубление и закрепление знаний, полученных на лекции, уяснение взаимосвязи между ценами и финансовыми отношениями на предприятии.

Учебные вопросы:

1. Понятие и сущность финансов.
2. Взаимосвязь между ценами и финансовыми отношениями на предприятии.
3. Регулирование цен и денежного обращения в рыночных условиях.
4. Цены и валютный курс государства.
5. Решение задач и ситуаций.

Тема 9. Ценообразование и инфляция

Цель: углубление и закрепление знаний, полученных на лекции, уяснение взаимосвязи между ценами и инфляционными процессами.

Учебные вопросы:

1. Понятие и экономическая сущность инфляции.
2. Взаимосвязь между ценами и инфляционными процессами.
3. Решение задач и ситуаций.

Тема 10 Цены и кредитные отношения.

Цель: углубление и закрепление знаний, полученных на лекции, уяснение взаимосвязи между ценами и кредитными отношениями..

Учебные вопросы:

1. Понятие и экономическая сущность кредитных отношений.
2. Роль кредита в процессах ценообразования.
3. Решение задач и ситуаций.

Тема 11 Ценообразование и система налогообложения

Цель: углубление и закрепление знаний, полученных на лекции, уяснение взаимосвязи между ценами и системой налогообложения.

Учебные вопросы:

1. Понятие и экономическая сущность налогообложения.
2. Связь процессов ценообразования и налогообложения.
3. Решение задач и ситуаций.

Тема 12 Ценообразование во внешнеэкономической деятельности организаций сервиса.

Цель: углубление и закрепление знаний, полученных на лекции, уяснение особенностей ценообразования при ведении внешнеэкономической деятельности (ВЭД) организаций сервиса.

Учебные вопросы:

1. Понятие и сущность ВЭД.
2. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности предприятий.
3. Особенности ценообразования при ведении внешнеэкономической деятельности (ВЭД) организаций сервиса.
4. Решение задач и ситуаций.
5. Тест.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Ценообразование в организациях сервиса» применяются образовательные технологии, обеспечивающие развитие компетентного подхода, формирования у студентов профессиональных компетенций. Образовательные технологии реализуются через такие формы организации учебного процесса, как лекции, практические занятия и самостоятельная работа.

Кроме вводных и обзорных лекций используются проблемные лекции и лекции-диалоги в форме дискуссий, что активизирует процесс обучения. Проблемные лекции считаются наиболее оптимальными для учебного процесса, так как образовательная деятельность имеет в своей основе решение проблемных ситуаций.

В результате дискуссий у студентов развивается мышление, позволяющее избежать пассивного восприятия информации и содействовать свободному обмену мнениями. Для развития образного мышления у студентов используется мультимедийное сопровождение лекций и видеоматериалов.

Предполагается использование следующих интерактивных форм проведения занятий:

Метод	Темы	Количество часов
Дискуссии	Ценообразующие факторы.	2
	Роль кредита в процессах ценообразования.	2
	Методы государственного регулирования цен.	2
	Взаимосвязь между ценами и инфляционными процессами.	2
Имитационное моделирование	Формирование цен в дилерском автоцентре	2
	Формирование цен в организациях сервиса.	2
Case-study (анализ конкретных ситуаций)	Ценовая стратегия дилерского автоцентра	2
	Этапы разработки ценовой стратегии организации сервиса.	2

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

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины «Ценообразование в организациях сервиса» направлена на закрепление основных элементов теоретического и практического курса. В ходе ее реализации по предварительно выданным студентам заданиям предусмотрены следующие формы контроля:

1. Рейтинг-контроль.
2. Решение ситуационных задач в рамках практических работ.
3. Индивидуальные и коллективные консультации по практической работе.
4. Выступление и оппонирование на практических занятиях.
5. Подготовка и защита курсового проекта.
6. Экзамен.

Текущий контроль также сопровождают участие в интерактивных играх, упражнениях, тренингах, а также проведение тестирования.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Примерный перечень контрольных вопросов к экзамену.

1. Цена как экономическая категория. Факторы ценообразования.
2. Экономические функции цены.
3. Методология и принципы ценообразования.
4. Классификации цен (по различным признакам).
5. Классификация цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения.
6. Виды цен в зависимости от степени новизны товара.
7. Система цен, ее основополагающие признаки.
8. Особенности ценообразования на различных видах рынка.
9. Разнообразие ценовой политики предприятия на различных видах рынка.
10. Этапы процесса ценообразования.
11. Методы ценообразования.
12. Анализ цены по графику безубыточности.
13. Методы калькулирования издержек производства.

14. Стратегические аспекты ценовой политики фирмы.
15. Тактические аспекты ценовой политики фирмы.
16. Особенности риска при формировании ценовой политики.
17. Способы оценки ценовых рисков.
18. Цены и инфляционные процессы.
19. Стадии развития инфляции и динамика цен.
20. Экономические последствия инфляционного роста цен.
21. Ценообразование на железнодорожном транспорте.
22. Ценообразование на водном транспорте.
23. Ценообразование на автомобильном транспорте.
24. Ценообразование на коммунальные услуги.
25. Ценообразование на бытовые услуги.
26. Цены мирового рынка и внешней торговли.
27. Взаимосвязь цен и налогов.
28. Налоги, входящие в состав издержек производства.
29. Налоги, относимые на финансовый результат предприятия.
30. Перечень подакцизной продукции и ставки акцизов.
31. Взаимозависимость цен и денежного обращения.
32. Особенности государственного регулирования цен и денежного обращения.
33. Взаимодействие системы цен и кредита.
34. Установление цены на кредит.
35. Государственное регулирование цен.
36. Государственный контроль за деятельностью естественных монополий.
37. Формирование отпускной цены предприятия и оптовой цены промышленности.
38. Отличия оптовых и розничных цен.
39. Особенности ценообразования на услуги на автомобильном рынке.
40. Современные особенности классификации затрат на производство услуг на автомобильном рынке.
41. Точка безубыточности и порог финансовой прочности: методика расчета.
42. Особенности ценообразования при ведении ВЭД в организациях сервиса.

Текущий контроль
Тестовые задания к рейтинг-контролю
Рейтинг-контроль № 1

1. Цена на туристскую услугу является:
 - A. розничной
 - B. оптовой
 - C. оптово-розничной
2. При какой системе ценообразования за основу цены берутся издержки производства?
 - A. ценообразование на основе взаимодействия спроса и предложения
 - B. затратное ценообразование
 - C. централизованное государственное ценообразование
3. Какой метод образования цены на товар или услугу предполагает расчет исходя из количества туристов в группе и количества лиц, сопровождающих группу туристов по определенному маршруту?
 - A. Метод «издержки плюс»
 - B. Метод минимальных затрат
 - C. Метод нормативной калькуляции
 - D. Методом повышения цены посредством надбавки к ней
 - E. Метод целевого ценообразования
4. Какой метод предполагает расчет цены на товар или услугу путем прибавления к цене

производства или закупки и хранения товаров фиксированной дополнительной величины?

- A. Метод «издержки плюс»
 - B. Метод минимальных затрат
 - C. Методом повышения цены посредством надбавки к ней
 - D. Метод целевого ценообразования
 - E. Метод нормативной калькуляции
5. Какой метод образования цены на услугу предполагает установление цены на минимальном уровне, достаточном для покрытия расходов на производство и подготовку товара для продажи?
- A. Метод «издержки плюс»
 - B. Методом повышения цены посредством надбавки к ней
 - C. Метод целевого ценообразования
 - D. Метод минимальных затрат
 - E. Метод нормативной калькуляции
6. Какой метод образования цены на услугу предполагает расчет цены продажи путем умножения цены производства на коэффициент добавочной стоимости?
- A. Метод «издержки плюс»
 - B. Метод минимальных затрат
 - C. Методом повышения цены посредством надбавки к ней
 - D. Метод целевого ценообразования
 - E. Метод нормативной калькуляции
7. Какой метод образования цены на товар или услугу предполагает расчет цена продажи с учетом объема продаж, который обеспечивает получение намеченной прибыли?
- A. Метод «издержки плюс»
 - B. Метод минимальных затрат
 - C. Методом повышения цены посредством надбавки к ней
 - D. Метод нормативной калькуляции
 - E. Метод целевого ценообразования
8. Чем определяется величина цены на товар или услугу?
- A. стоимостью
 - B. спросом
 - C. предложением
 - D. стоимостью и спросом
9. Кому предоставляется скидка за оборот?
- A. новому клиенту
 - B. постоянному клиенту
 - C. любому клиенту

Рейтинг-контроль №2

1. Какие виды издержек существуют:
- A) Материальные
 - B) Бухгалтерские и предпринимательские
 - B) Экономические
 - Г) Финансовые
2. Что определяют предпринимательские издержки:
- A) Цену товара
 - B) Себестоимость продукции
 - B) Амортизацию
3. Потери от «упущенных возможностей» определяются:
- A) в результате инфляции
 - B) в результате ранжирования
 - B) в результате сравнения альтернативных вариантов принимаемых решений
 - Г) в результате производства

4. На чем основан расчет цены, методом полных издержек:
 - А) разделение издержек на постоянные и предельные
 - Б) использование для калькуляции
 - В) разделение издержек на постоянные и переменные
5. Издержки производства и реализации продукции включают в себя:
 - А) затраты на сырье, материалы, топливо, электроэнергию
 - Б) себестоимость
 - В) калькуляцию
6. Одним из важных аспектов издержек является:
 - А) цена
 - Б) фактор прибыли
 - В) себестоимость
 - Г) фактор времени
7. Что дает более полную информацию о себестоимости?
 - А) прибыль
 - Б) калькуляция
 - В) учет издержек
 - Г) цена
8. Что относится к прямым расходам:
 - А) себестоимость
 - Б) сырье и материалы, топливо
 - В) изготовление продукции
 - Г) транспорт
9. Что относится к косвенным расходам:
 - А) сырье и материалы
 - Б) заработная плата рабочих
 - В) изготовление всех видов продукции
 - Г) топливо
10. Затраты на упаковку, произведенные на складе готовой продукции, включены в:
 - А) цеховые расходы
 - Б) коммерческие расходы
 - В) прямые расходы
 - Г) общехозяйственные расходы
11. Полная себестоимость отличается от производственной на расходы:
 - А) транспортные
 - Б) прямые
 - В) коммерческие
 - Г) общехозяйственные
12. Стратегия средних цен может быть представлена в виде:
 - А) Стратегии проникновения на рынке
 - Б) стратегии нейтрального ценообразования
 - В) стратегии следования за лидером.
13. Как формируется розничная цена?
 - А) издержки, налог, прибыль
 - Б) себестоимость, сбытовые и торговые наценки;
 - В) оптовая цена, налоги.
14. Целью фирмы может являться:
 - А) максимизация прибыли
 - Б) максимизация оборота;
 - В) стабилизация цен, объемов, состояния на рынке;
 - Г) все вышеперечисленное.
15. Неявные затраты - это:

- А) затраты, изменяющиеся при изменении объема производства;
 Б) стоимость ресурсов, принадлежащих собственнику (не покупаемых на рынке), включая нормальную прибыль как отдачу на предпринимательский талант;
 В) бухгалтерские затраты;
 Г) затраты, не изменяющиеся при изменении объема производства.
16. При установлении цен себестоимость определяют:
 А) организации розничной торговли
 Б) оптовые организации
 В) промышленные предприятия
 Г) посредники
17. Цена, по которой российская фирма-производитель реализует недовольственные товары в торговлю:
 А) закупочная
 Б) оптовая
 В) розничная
 Г) отпускная
18. Стратегия высоких цен эффективна когда:
 А) большинство покупателей воспринимают цену как слишком высокую
 Б) высокая цена привлекает новых конкурентов
 В) высокая цена не привлекает новых конкурентов
 Г) относительное количество покупателей не реагирует на ценовую чувствительность
19. В чем главное отличие понятий "оптовые" и "розничные" цены?
 А) в наличии (отсутствии) розничной торговой организации;
 Б) в размере партии продажи товара;
 В) в категории покупателя, ради которого организована продажа (население или организация).
20. Назовите производственные факторы ценообразования:
 А) финансовые проблемы;
 Б) производственные мощности;
 В) хозяйственная динамика;
 Г) издержки.

Рейтинг – контроль №3

Защита курсовых проектов

Целью выполнения курсового проекта является систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний, обучение студентов самостоятельному применению полученных знаний для комплексного решения конкретных практических задач, формирование у студентов умений и навыков самостоятельно анализировать процессы ценообразования в организации, формулировать и аргументировать политику ценообразования, делать обоснованные выводы и разрабатывать мероприятия по решению конкретных задач в области ценообразования в организациях сервиса.

Выполнение курсового проекта направлено на решение следующих задач:

- развитие базовых компетенций студента в ходе проведения самостоятельных прикладных исследований в заданной предметной области;
- систематизация и углубление теоретических знаний по рассматриваемым вопросам и проблемам;
- отработка навыков в области поиска, обработки, анализа и представления информации, как из внешних (статистические сборники, отраслевые обзоры, периодические и специальные издания, аналитические бюллетени, и т.д.), так и из внутренних источников (службы гостиничного предприятия);

- закрепления навыков по самостоятельной подготовке аналитических отчетов и презентаций собственных идей и подходов, направленных на решение проблемных задач.

Примерные темы курсовых проектов.

1. Экономическая природа, роль и функции цены на рынке
2. Государственное регулирование цен: теория и практика
3. Зарубежный опыт государственного регулирования цен
4. Отечественный опыт государственного регулирования цен
5. Система цен (виды цен)
6. Структура цены и характеристики ее элементов
7. Основные этапы процесса ценообразования
8. Формирование ценовой политики на предприятии
9. Налогообложение и цены
10. Стратегия и тактика ценообразования
11. Методы ценообразования
12. Роль инфляции в процессах ценообразования.
13. Отраслевые особенности ценообразования на примере строительной отрасли
14. Отраслевые особенности ценообразования на примере сельскохозяйственной отрасли
15. Отраслевые особенности ценообразования на примере сферы услуг
16. Отраслевые особенности ценообразования на примере транспортной отрасли
17. Отраслевые особенности ценообразования на примере туристской отрасли
18. Виды и особенности ценообразования на различных типах рынков (чистая конкуренция, монополия и др.)
19. Взаимодействие цен и финансово-кредитной системы
20. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности
21. Основные разновидности мировых цен и цены международных контрактов
22. Основные факторы ценообразования в автомобильной отрасли
23. Процессы ценообразования в дилерских автоцентрах
24. Роль издержек в процессе ценообразования
25. Анализ безубыточности
26. Влияние спроса и предложения на процессы ценообразования
27. Ценовая информация и ее роль в принятии решения по ценам
28. Особенности организации ценообразования в организациях автомобильного сервиса

Основные требования к выполнению курсовой работы представлены в методических рекомендациях, подготовленных преподавателем, ведущим дисциплину.

Самостоятельная работа студентов предполагает самостоятельное изучение материала по темам, предложенным преподавателем в соответствии с учебной программой курса. Подготовка к практическим занятиям включает:

- конспектирование рекомендованной учебной литературы по вопросам, вынесенным для обсуждения, а также указанным преподавателем во время проведения лекционного занятия;
- поиск и фиксацию актуальной информации по теме практического занятия в других источниках (Интернет, научные и научно-практические журналы, научно-популярная литература, материалы периодической печати);
- решение задач и ситуаций по темам разделов курса;
- выполнение курсовой работы.

Примерный перечень задач для самостоятельной работы студентов в процессе подготовки к практическим занятиям

Вариант 1

Задача 1.

Легковой автомобиль ВАЗ с мощностью двигателя 95 л.с. поступает в продажу от производителя в розничную торговлю. Розничная цена его 280 тыс. рублей. Торговая надбавка 30% к свободной цене. Прибыль предприятия-изготовителя составляет 25 % от себестоимости.

Следует определить прибыль предприятия изготовителя и структуру розничной цены (удельный вес каждого элемента – прибыль, себестоимость, акциз, НДС и торговая надбавка).

Задача 2.

Определите:

- прибыль к свободной отпускной цене изделия;
 - свободную розничную цену изделия;
 - цену закупки, по которой розничная торговля будет рассчитываться с посредником. Составьте структуру свободной отпускной и свободной розничной цены.
- Известны следующие данные:

Себестоимость изделия - 120 руб.

НДС - 18% к свободной отпускной цене (без НДС).

Акцизный налог - 25%.

Свободная отпускная цена (с НДС) - 260 руб.

Снабженческо-сбытовая надбавка - 12%. Торговая надбавка - 22%.

Вариант 2.

Задача 1.

Стоимость 1 пачки сигарет с фильтром в магазине 45 руб. Товар поступает в продажу через оптового посредника и торговую организацию. Их надбавка одинакова и составляет 20% от свободной отпускной цены.

Найти структуру розничной цены, если прибыль завода – изготовителя составляет 15% от себестоимости.

Задача 2.

Определите:

- свободную розничную цену товара, поступившего в торговое предприятие;
- цену, по которой торговое предприятие будет рассчитываться с оптовой базой;
- прибыль промышленного предприятия от реализации данного товара.

Известны следующие данные:

Затраты на сырье и материалы - 190 руб. Затраты на обработку - 30 руб. Общепроизводственные и общехозяйственные расходы - 60 руб.

Внепроизводственные расходы - 3% к производственной себестоимости.

Свободная отпускная цена товара (с НДС) - 400 руб.

Оптовая надбавка - 2%. Торговая надбавка - 8%.

НДС - 18% к свободной цене (без НДС).

Вариант 3

Задача 1.

Легковой автомобиль ВАЗ с мощностью двигателя 155 л.с. поступает в продажу от производителя в розничную торговлю. Розничная цена его 375 тыс. рублей. Торговая надбавка 25% к свободной цене. Прибыль предприятия-изготовителя составляет 20 % от себестоимости.

Следует определить прибыль предприятия изготовителя и структуру розничной цены (удельный вес каждого элемента – прибыль, себестоимость, акциз, НДС и торговая надбавка).

Задача 2.

Определите:

- а) свободную розничную цену товара, поступившего в торговое предприятие;
- б) цену, по которой торговое предприятие будет рассчитываться с оптовой базой;
- в) прибыль промышленного предприятия от реализации данного товара.

Известны следующие данные:

- Затраты на сырье и материалы – 190 руб. Затраты на заработную плату – 130 руб.
- Общепроизводственные и общехозяйственные расходы – 35% от заработной платы рабочих. Внепроизводственные расходы – 3% к производственной себестоимости.
- Свободная отпускная цена товара (с НДС) – 520 руб.
- Оптовая надбавка – 8%. Торговая надбавка – 15%.
- НДС – 18% к свободной цене (без НДС).

7.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Ценообразование: Уч. пос./ В.В. Герасименко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16 + (Доп. мат. znanium.com). - (Учебники экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова). (п) ISBN 978-5-16-006782-7 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=407056>
2. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 316 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-009967-5 Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 316 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-009967-5 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=478256>
3. Гладких, И. В. Ценовая стратегия компании: ориентация на потребителя [Электронный ресурс] : монография / И. В. Гладких; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2013. — 472 с. - ISBN 978-5-9924-0076-2 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=492847>

Дополнительная литература:

4. Экономика и организация производства: Учеб. / Ю.И.Трещевский, Ю.В.Вертакова и др.; Под ред. Ю.И.Трещевского и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 381с.: 60x90 1/16 + (Доп. мат. znanium.com). - (Выс. обр.: Бакалавр.). (п) ISBN 978-5-16-006517-5 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=395618>
5. Экономика предприятия: Учебник / В.К. Складенко, В.М. Прудников. - 2-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 346 с.: 60x90 1/16 + (Доп. мат. znanium.com). - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-009163-1 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=405630>
6. Ценообразование в организации : практикум [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Т.В. Емельянова [и др.]; под общ. ред. Т.В. Емельяновой. – 2-е изд., испр. – Минск: Высшэйшая школа, 2013. – 335 с.: ил. - ISBN 978-985-06-2350-8. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=509365>

7.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

- Иллюстративный и текстовый раздаточный материал.
2. Презентатор (стационарный и переносной) с мультимедиа технологиями.
3. Компьютерный класс с современным программным обеспечением и выходом в сеть Интернет.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 43.03.01 «Сервис», профилю подготовки «Клиентоориентированный сервис автомобильного рынка».

Рабочую программу составил : Робертс М.В., доцент кафедры БУФиС, к.п.н.

(ФИО, подпись)

Рецензент (представитель работодателя): Коммерческий директор ООО «Континент-М», г.Москва, Зиганшин Давид Михайлович

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры БУФиС

Протокол № 5 от 25.11.15 года

Заведующий кафедрой Лускатова О.В. Лускатова О.В., проф., д.э.н.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 43.03.01 «Сервис»

Протокол № 2 от 26.11.15 года

Председатель комиссии П.Н.Захаров П.Н.Захаров, проф., д.э.н.

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

Рабочая программа одобрена на 2017/2018 учебный год
Протокол заседания кафедры № 1 от 10.08.2017 года
Заведующий кафедрой  (Гулиева Л.Р.)

Рабочая программа одобрена на 2018/2019 учебный год
Протокол заседания кафедры № 1 от 28.08.2018 года
Заведующий кафедрой  (Гулиева Л.Р.)

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года
Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года
Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года
Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года
Заведующий кафедрой _____

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

Институт экономики и менеджмента

Кафедра «Бухгалтерский учет, финансы и сервис»

Актуализированная
рабочая программа
рассмотрена и одобрена
на заседании кафедры
протокол № ____ от ____ 20__ г.

Заведующий кафедрой

О.В.Лускатова
(подпись, ФИО)

Актуализация рабочей программы дисциплины

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ОРГАНИЗАЦИЯХ СЕРВИСА

(наименование дисциплины)

Направление подготовки:	<u>43.03.01 Сервис</u>
Профиль подготовки:	«Клиентоориентированный сервис автомобильного рынка».
Уровень высшего образования:	<u>Бакалавриат</u>
Форма обучения:	<u>Очная</u>

Владимир 20__

Рабочая программа учебной дисциплины актуализирована в части рекомендуемой литературы.

Актуализация выполнена: _____
(подпись, должность, ФИО)

а) основная литература: _____ *(не более 5 книг)*

б) дополнительная литература: _____

в) периодические издания: _____

в) интернет-ресурсы: _____

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Ценообразование в организациях сервиса

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Профиль «Клиентоориентированный сервис автомобильного рынка»

5 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- усвоение ценовой политики, экономически обоснованной методики установления цен с целью принятия компетентных решений в области ценообразования на микроуровне, с учетом конкретных ситуаций на товарных рынках, последовательной их реализации для эффективного функционирования коммерческих организаций, предоставляющих сервисные услуги, в рыночных условиях;

- приобретение умений по определению цен в коммерческой деятельности предприятий сервиса.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Ценообразование в организациях сервиса» относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана подготовки бакалавров по направлению 43.03.01 «Сервис», профилю «Клиентоориентированный сервис автомобильного рынка».

Данная дисциплина является одной из основных дисциплин, предназначенных для подготовки специалистов в сфере сервиса и находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ОПОП. Изучение дисциплины базируется на сумме знаний и навыков, полученных студентами в ходе изучения дисциплин: «Сервисная деятельность», «Менеджмент в сервисе», «Маркетинг в сервисе», «Организация и планирование деятельности предприятий сервиса», «Основы предпринимательской деятельности» и др.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Выпускник с квалификацией (степенью) «бакалавр» в соответствии с требованиями ФГОС ВО, целями основной образовательной программы и задачами профессиональной деятельности должен быть готовым к применению современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей (ПК-6)

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

современные сервисные технологии в процессе предоставления услуг, включая процессы ценообразования на предприятиях автомобильного рынка (ПК-6);

Уметь:

применять современные методы ценообразования в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей (ПК-6)

Владеть

методами формирования ценовой политики предприятий сервиса, современными технологиями определения различных видов цен с учетом звеньев товародвижения и налоговой составляющей в организациях автомобильного сервиса с целью удовлетворения потребностей потребителей (ПК-6).

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

- Тема 1. Введение. Цена как экономическая категория.
- Тема 2. Классификация цен, их виды. Система цен.
- Тема 3. Этапы процесса ценообразования.
- Тема 4. Государственное регулирование цен.
- Тема 5. Отраслевое ценообразование
- Тема 6. Роль издержек в формировании цен в организациях сервиса автомобильного рынка.
- Тема 7. Формы и методы ценовой политики предприятий сервиса.
- Тема 8. Цены и финансовые отношения
- Тема 9. Ценообразование и инфляция
- Тема 10. Цены и кредитные отношения.
- Тема 11. Ценообразование и система налогообложения
- Тема 12. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности организаций сервиса.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - защита курсового проекта, экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 5

Составитель: доцент кафедры БУФиС Робертс М.В. 

Заведующий кафедрой БУФиС  О.В.Лускатова

Председатель
учебно-методической комиссии направления 43.03.01 Сервис  П.Н.Захаров

Дата: _____

Печать института

