

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



Проректор  
по учебно-методической работе

А.А.Панфилов

« 20 » января 2016г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ**

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»  
Профиль/программа подготовки «Гостиничное и ресторанное администрирование»  
Уровень высшего образования бакалавриат  
Форма обучения очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежу- точного кон- троля (экз./зачет)
7	3 / 108	18	36	-	54	зачёт
Итого	3 / 108	18	36	-	54	зачёт

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 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 4 курса, 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.

В то же время компетенции, полученные при освоении дисциплины «Ценообразо-

вание в гостиничном бизнесе» необходимы для изучения таких дисциплин, как: «Планирование на предприятии ресторанного бизнеса», «Стратегический менеджмент в гостиничном бизнесе», «Антикризисное управление в гостиничном и ресторанном бизнесе».

### **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.

Практические занятия по дисциплине ориентированы на применение современных образовательных технологий, включающих деловые игры и бизнес-кейсы, разбор практических ситуаций и случаев, решение задач, а также научные дискуссии по анализу цено-

образования на различных уровнях, позволяющие сформировать у студента адекватное представление о состоянии, развитии и решении проблем в области ценообразования.

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 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	Предмет и задачи дисциплины. Теоретические основы ценообразования	7	1-2	2	4			4		2/33	
2	Ценообразование в условиях рыночной экономики	7	3-6	4	8			10		6/50	Рейтинг контроль №1
3	Система и виды цен	7	7-10	4	8			10		6/50	
4	Методология ценообразования на предприятии	7	11-14	4	8			12		6/50	Рейтинг контроль №2
5	Ценообразование во внешнеэкономической деятельности	7	15-16	2	4			10		2/33	
6	Регулирование цен в условиях рыночной экономики	7	17-18	2	4			8		2/33	Рейтинг контроль №3
Всего				18	36		+	54		24/44	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: монопольно высокие и монопольно 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 компетентностного 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; контрольный тест (рейтинг-контроль); решение ситуационных задач; кейс-стади; деловая игра; 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. 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 фор-

мах: дискуссия, коллоквиум, круглый стол, и др.

Итоговый контроль знаний: Подведение итогов.

Значение изучения темы: усвоение студентами теоретических и методологических основ экономической деятельности; овладение современными методами исследования экономических процессов; ознакомление с методами и организационными формами управления ценообразованием в рамках темы.

Цель занятия: На основе теоретических знаний и практических умений обучающийся должен:

Знать: специфику, задачи, методы изучения в рамках данной темы; условия и механизмы практического применения данной темы в современных организациях;

Уметь: успешно применять полученные знания в хозяйственной практике;

Владеть: основными и специальными методами изучаемой темы при организации и управлении ценообразованием на предприятии (в организации).

### **Тематика практических занятий**

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

*Форма занятия – устный опрос, доклады*

1. Необходимые и достаточные условия для образования цены как экономической категории.

2. Стоимостная теория цены.

3. Функции цен как целостная система.

4. Методы стимулирования ценами различных экономических субъектов.

#### **Тема 2. Ценообразование в условиях рыночной экономики**

*Форма занятия – устный опрос, дискуссия, тестирование, практикум*

1. Потребности и спрос. Величина спроса. Ценовые и неценовые факторы, влияющие на спрос. Закон спроса.

2. Производство и предложение. Ценовые и неценовые факторы, влияющие на предложение. Закон предложения.

3. Эластичность спроса и предложения и ее виды.

4. Равновесная цена и механизм ее образования. Мгновенное, краткосрочное и долгосрочное рыночное равновесие. Единый механизм равновесия.

5. Совокупный спрос и совокупное предложение. Модель равновесия на макроэкономическом товарном рынке.

#### **Тема 3. Система и виды цен**

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

1. Система цен, ее понятие. Параметры, характеризующие систему цен.

2. Виды цен и их классификация.

3. Краткая характеристика отдельных видов цен.

4. Особенности ценообразования в сфере услуг.

5. Ценообразование в сфере туризма и гостеприимства

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

*Форма занятия – устный опрос, дискуссия, рецензирование выступлений, презентация, практикум, кейс-стади*

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 – устный опрос, кейс-стади, диспут,*

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 внешне-торговых операций и инструментов таможенного регулирования.

3. Мировые цены как база расчета цен внешнеторговых контрактов.

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

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

*Форма занятия – устный опрос, дискуссия, тестирование*

1. Сущность регулируемых цен и их роль в условиях рыночной экономики.

2. Методы регулирования цен. Органы, осуществляющие административное регулирование цен.

3. Регулирование цен в сферах естественных монополий.

4. Регулирование цен на отдельные виды товаров и услуг.

## **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 домашних заданий, рейтинг-контроль.

Форма промежуточного контроля – зачёт.

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

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

*Предусмотрена дискуссия на тему: «Экономическая роль стоимости в ценообразовании».*

### **Тема 2. Ценообразование в условиях рыночной экономики**

*Предусмотрена дискуссия на тему: «Концепция справедливости цены»*

*Задача.* Спрос и предложение товара описываются следующим образом:

Цена товара	Требуемое количество	Предлагаемое количество
9	100	800
7	300	600
5	500	400
3	700	200
1	900	0

- а) Отобразите в графическом виде спрос и предложение товара.
- б) Определите и покажите на графике равновесные цену и количество товара
- в) Если государство решило установить гарантированную цену на товар – ден.ед., то каковы возможные последствия этой политики?

г) Рассчитайте коэффициенты эластичности спроса и предложения по цене. Как эти коэффициенты изменяются на разных участках кривых спроса и предложения? Рассчитайте показатель общей выручки. При каких значениях коэффициента эластичности он максимален?

*Задача.* 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.

### **Тема 3. Система и виды цен**

*Предусмотрена дискуссия на тему: «Особенности ценообразования на сервисные услуги»*

*Задача 1.* Товар по цене 120 ден. ед. уценивался в три этапа, причем каждая уценка предполагала, что цена изменяется в одинаковое количество раз. После последней уценки товар продавался по себестоимости – 35,6 ден. ед. Какая цена была установлена вследствие первой и второй уценки?

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

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

*Предусмотрена дискуссия на тему: «Проблемы тарифов на услуги предприятий ЖКХ в России»*

#### *Кейс-стади*

#### **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ФИРМЫ ДЛЯ СУХИХ ЗАВТРАКОВ**

Фирма «Вилия» в г. N специализируется на производстве хлебопродуктов. Среди ее изделий – сухие завтраки. Эта продукция уже реализуется на рынке в течение трех лет. Когда сухие завтраки появились впервые, на рынке не было аналогов, поэтому объем продаж превысил все ожидания. Но в последний год появилось много конкурирующей продукции, и продажа завтраков фирмы «Вилия» стала сокращаться.

Сколько стоит сухой завтрак

Первоначальная розничная цена одного пакета сухого завтрака была 149 руб. Оптовикам продукция реализовывалась по 1275 руб. за короб из 12 пакетов. Конкуренты продают свою продукцию по розничной цене 100 руб. и оптовой – 975 руб. за короб.

Тревожная информация

Фирма «Вилия» начала получать информацию, что все больше покупателей отказываются от ее продукции из-за более низкой цены конкурентов, хотя и считают ее более качественной. В некоторых магазинах снизили розничную цену пакета сухих завтраков фирмы «Вилия» до 119 руб.

Информация об объемах продаж сухих завтраков фирмы (за последние 3 года) представлена ниже:

Год	Количество проданных коробов	Средняя цена одного короба (руб.)
1-й	16000	1275
2-й	24000	1275
3-й	18000	1275

Подсчитаем затраты

Переменные затраты на производство и транспортировку одного короба сухих завтраков составляют 585 руб., постоянные затраты – 110 руб.

Производственное оборудование используется для выпуска всего ассортимента товаров. Расходы на рекламу сухих завтраков – 360 тыс. руб. в год дирекция фирмы считает необходимыми. Прибыль, обеспечивающая фирме нормальную работу и уплату налогов, должна составить не менее 30 % на вложенные затраты.

Мнение покупателей

Опрос покупателей показал, что сухие завтраки фирмы «Вилия» имеют лучшую репутацию, чем аналогичная продукция других фирм. Однако этого недостаточно для того, чтобы цена их была значительно выше.

Магазины, продававшие товар по розничной цене от 119 до 129 руб., не отметили сколь бы то ни было существенного изменения объема продаж. В то же время представители фирмы опасаются, что снижение цен может отрицательно сказаться на ее деловой репутации, а также на репутации ее сухих завтраков.

Вопросы для анализа:

1. Проведите анализ ситуации.
2. Назовите и проранжируйте факторы, которые необходимо принять во внимание при установлении цены на сухие завтраки.
3. Как, на Ваш взгляд, можно оценить эластичность спроса на сухие завтраки?
4. Какие формы конкуренции используются на рынке сухих завтраков?
5. Какую ценовую стратегию Вы порекомендовали бы применить фирме «Вилия» в сложившейся ситуации?
6. Какой, по Вашему мнению, должна быть самая низкая розничная цена за один пакет сухого завтрака и минимальная оптовая цена за один короб? Приведите расчеты цен.

*Задание.*

Вы приняты на работу в службу маркетинга гостиницы. Директор гостиничного ресторана попросил вас рассмотреть цены меню и определить, нуждаются ли они в изменении. Как вы решите эту задачу? Ответ аргументируйте с теоретических позиций, приведите практические примеры.

1. Каковы основные задачи ценовой политики гостиничного предприятия?
2. Охарактеризуйте методы ценообразования в индустрии гостеприимства.
3. Раскройте факторы, влияющие на установление цены и систему скидок.

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

*Задание 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.

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

*Задание 3.* Мировые цены как база расчета цен внешнеторговых контрактов.

*Задача 1.* Определите розничную цену на импортный товар и составьте её структуру. Известно:

1. Контрактная цена единицы товара – 60 долларов США.
2. Курс рубля по отношению к доллару США, установленный на дату принятия таможенной декларации – 30 руб.
3. Таможенная пошлина – 20%.

4. Сборы за таможенное оформление – 5 руб.
5. Торговая надбавка – 30%.
6. НДС, взимаемый при таможенном оформлении товара и выпуске товара в свободное обращение – 18%.

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

*Дискуссия на тему: «Роль регулирования цен в условиях рыночной экономики».*

*Кейс-задача*

#### **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 докладов, 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.

### *Разделы, вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение*

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

Закон стоимости, общественно-необходимые затраты труда как основа цены

#### **Тема 2. Ценообразование в условиях рыночной экономики**

История развития ценообразования в России.

#### **Тема 3. Система и виды цен**

Инфляция и ее влияние на экономику, расчеты индексов цен.

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

Издержки производства, их формирование, калькуляция себестоимости продукции.

Ценовая политика в условиях реформирования и реструктуризации предприятий на современном этапе.

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

Виды мировых цен, их классификация, особенности установления и применения.

Скидки на уторговывание, их виды.

Опыт ценообразования в зарубежных странах и направления его использования в РФ.

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

Административное регулирование цен в отдельных регионах РФ. Роль местных органов самоуправления в регулировании цен на отдельные виды товаров и услуг социальной значимости.

### **РЕЙТИНГ-КОНТРОЛЬ № 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.

**21. Спрос можно считать неэластичным, если:**

- a) при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно;
- b) при несущественном снижении цены спрос увеличится значительно;
- c) при изменении цены спрос не изменится;
- d) при постоянной цене изменяется спрос.

**22. Эластичность спроса по цене - это:**

- a) зависимость спроса от цены;
- b) зависимость изменения спроса от изменения цены;
- c) зависимость спроса от изменения цены;
- d) зависимость спроса от доходов.

**23. Каким образом изменится объем спроса, если известно, что коэффициент эластичности равен 1, а цена увеличится на 10%?**

- a) снизится на 10 %;
- b) увеличится на 10 %;
- c) снизится на 1 %;
- d) увеличится на 1 %;
- e) не изменится.

**24. Производитель считает возможным повышение цен, если:**

- a) стремится расширить свое присутствие на рынке;
- b) имеет незанятые производственные мощности;
- c) считает спрос неэластичным;
- d) производит уникальную продукцию.

**25. Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, если:**

- a) цена равна общим средним издержкам плюс прибыль;
- b) объем спроса равен объему предложения;
- c) изменение технологии происходит постепенно;
- d) налоги и цены изменяются пропорционально.

**26. Соотношение спроса и предложения характеризуют координирующую роль цены:**



- a) на рынке товаров и услуг;
- b) на рынке факторов производства;
- c) на валютном рынке;
- d) на любом немонополизированном рынке.

**27. Эластичность спроса по цене будет больше:**

- a) на товары первой необходимости, чем на предметы роскоши;
- b) если потребители используют товар с наибольшей пользой для себя;
- c) чем больше вмененные издержки;
- d) чем менее необходим товар.

**28. Какое из следующих утверждений не относится к характеристике неэластичного спроса на товар:**

- a) имеется большое число товаров–заменителей;
- b) покупатели расходуют на его покупку незначительную долю своего дохода;
- c) данный товар является для потребителей товаром первой необходимости;
- d) период времени, в течение которого предъявляется спрос, является очень коротким;
- e) относительное изменение объема спроса меньше, чем относительное изменение цены.

**29. Понижение цен на бензин вызовет сдвиг:**

- a) вправо кривой предложения автомобилей;
- b) влево кривой предложения автомобилей;
- c) влево кривой спроса на автомобили;
- d) вправо кривой спроса на автомобили;
- e) кривая останется в прежнем положении.

**30. Если рыночная цена ниже равновесной, то:**

- a) появляется избыток товара;
- b) возникает дефицит товаров;
- c) государство уменьшает налоги;
- d) изменяется уровень технологии.

***РЕЙТИНГ-КОНТРОЛЬ № 2***

**1. Система цен включает следующие блоки:**

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

**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. 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

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

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

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

- a) твердая
- b) подвижная
- c) скользящая

d) биржевая

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

a) твердая

b) гибкая

c) скользящая

d) оптовая

**14. 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

**15. 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

**16. 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

**17. 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

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

a) условия поставки

b) отношение к стране-производителю

c) порядок установления цен

d) вид товаров

**19. На сельскохозяйственную продукцию устанавливаются:**

a) тарифы

b) трансфертные цены

c) закупочные цены

d) национальные цены

**20. На услуги устанавливаются:**

a) тарифы

b) трансфертные цены

- c) закупочные цены
- d) национальные цены

**21. 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

**22. 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

**23. 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

**24. Прибыль НЕ бывает...**

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

**25. 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

**26. 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

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

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

**28. 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.

**29. Включает ли расчет цены по методу «баланса доходов и расходов» следующую последовательность действий?**

- a) устанавливаются полные издержки предприятия на предстоящий финансовый год;
- b) определяется количество ночевок в гостинице, исходя из числа номеров (кровати - спальные места) и ожидаемой загрузки;
- c) устанавливается средняя цена за номер;
- d) определяются средние цены на номера различных категорий классности;
- e) определяется валовой доход исходя из установленных цен на номера, их удельного веса в гостинице, доходов предприятий общественного питания и других дополнительных доходов.

**30. 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.

### ***РЕЙТИНГ-КОНТРОЛЬ № 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 рыночно 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 ФЭЖ

**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

**21. Регулируемые розничные цены устанавливаются на:**

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

**22. Цены на электроэнергию для населения устанавливает:**

- a) Минфин РФ

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

**23. Цены на природный газ, отпускаемый промышленным предприятиям, устанавливает:**

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

**24. Как называется цена ниже или равная себестоимости продукции вследствие государственных дотаций, предоставляемых производителю:**

- a) субвенционированная
- b) интервенционная
- c) демпинговая
- d) государственная

**25. Как называется повышенная цена некоторых видов товаров, устанавливаемая директивно государством или группой государств на основе межправительственных соглашений для поддержки производства данных товаров:**

- a) субвенционированная
- b) интервенционная
- c) демпинговая
- d) государственная

**26. Государство регулирует:**

- a) торговые надбавки на обувь.
- b) торговые надбавки на продукты детского питания
- c) торговые надбавки на экспортируемые товары
- d) ликероводочная продукция крепостью свыше 28%, ввозимая на территорию Российской Федерации

**27. К формам прямого государственного воздействия на цены НЕ относят:**

- a) общее замораживание цен
- b) государственное финансирование НИР на разработку и создание новых видов продукции
- c) установление фиксированных цен и тарифов
- d) установление предельного норматива рентабельности

**28. К методам косвенного регулирования цен государством относят:**

- a) установление фиксированных цен и тарифов
- b) установление пределов возможного роста цен за определенный период времени
- c) запрет на недобросовестную ценовую рекламу
- d) государственное стимулирование привлечения в страну иностранных инвестиций, создание совместных предприятий

**29. Что определяет Налоговый кодекс Российской Федерации в отношении цены:**

- a) состав себестоимости
- b) состав расходов, учитываемых в цене
- c) структуру торговой надбавки
- d) прочие расходы

**30. Цены на условиях CIF и FOB различаются:**



- a) на величину торговой надбавки
- b) на величину затрат на транспортировку
- c) объемами поставки
- d) условиями платежа

**31. 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

**32. В документе «ИНКОТЕРМС 2010» содержатся:**

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

**33. Мировые цены отражают ... стоимость.**

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

**34. Мировыми ценами на сырьё служат:**

- a) экспортные цены стран основных поставщиков
- b) средние цены стран всех поставщиков
- c) цены на мировых торгах
- d) цены внешнеторговых сделок

**35. Что из перечисленного НЕ относится к требованиям к мировым ценам:**

- a) цены должны обслуживать крупные внешнеторговые сделки
- b) цены, по которым внешнеторговые операции осуществляются на постоянной основе
- c) цены должны относиться к сделкам, которые осуществляются в условиях свободного торгово-политического режима
- d) мировые цены должны соответствовать ценам на внутреннем рынке

**36. Особенность внешнеторговой сделки заключается в том, что внешнеторговая сделка обязательно должна содержать в себе:**

- a) условия о цене, по которой продается товар
- b) условия ИНКОТЕРМС 2010
- c) условия о способе упаковки
- d) условия о сроках поставки

**37. В мировой практик условия ИНКОТЕРМС 2010 являются:**

- a) обязательными
- b) не обязательными
- c) обязательными в некоторых странах
- d) справочными

**38. К источникам информации о мировых ценах НЕ относятся:**

- a) национальные общеэкономические и промышленные статистические издания.
- b) международные и региональные публикации.
- c) специальные издания.
- d) официальные интернет-сайты государства

**39. Цена, фактически уплаченная с целью экспорта в страну импорта, скорректированная с учетом установленных дополнительных начислений к этой цене – это...**

- a) таможенные сборы
- b) тарифная льгота
- c) таможенная стоимость
- d) мировая цена

**40. 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

**41. Конвенционная пошлина:**

- a) является результатом международных торговых отношений
- b) устанавливается государством самостоятельно, независимо от каких-либо торговых обязательств других государств
- c) применяется в целях оперативного регулирования ввоза и вывоза товара
- d) в качестве защитной меры экономики страны

**42. 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

**43. Расходы на транспортировку ввозимых товаров до места их таможенного оформления относятся к:**

- a) транспортным начислениям к цене
- b) таможенным расходам
- c) дополнительным начислениям к цене
- d) ценам «франко-отправления»

**44. На внешнеэкономическую деятельность предприятия НЕ оказывает влияние:**

- a) стабильность национальной экономики
- b) культурный прогресс
- c) система мировых цен
- d) условия таможенных соглашений между странами

**45. Одной из особенностей внешнеторговой сделки является включение в контракт пункта о...**

- a) сроках поставки
- b) валюте платежа
- c) цене сделки
- d) сроках платежа

**46. Расчет цены импортной сделки позволяет определить...**

- a) верхний уровень цены
- b) нижний уровень цены
- c) средний уровень цены

d) справочный уровень цены

**47. Верхний уровень импортной цены можно определить через...**

- a) расчет цены импортной сделки
- b) уровень внутренних цен
- c) систему мировых цен
- d) уровень международных торгов

**48. К ценовым инструментам внешнеэкономической политики государства НЕ относятся:**

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

**49. Публикуемые (справочные) цены, как правило, являются ценами ...**

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

**50. 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***

Ниже приводятся варианты исходной информации по различным методам ценообразования, на основе которой следует рассчитать цену. Прежде чем приступить к расчетам, необходимо освоить теоретический материал, озвученный на лекциях по данной дисциплине, а также представленный в учебниках и учебных пособиях.

*Номер варианта* заданий определяется по последней цифре номера зачетной книжки (например, при № 113/4 следует выполнять вариант №4, при № 113/10 – вариант 10).

При решении *задачи* в ходе выполнения письменной контрольной работы не следует описывать теорию вопроса, однако расчёты должны сопровождаться пояснениями их сути, а также анализом как исходных данных, так и получаемых результатов. Теоретические вопросы в каждом варианте требуют подробного изложения.

#### **Задание 1.**

Дать письменный подробный ответ на поставленные вопросы.

№	Теоретические вопросы
1	1. Процесс ценообразования на Российском рынке. 2. Ценообразование на продукцию общественного питания.
2	1. Механизм рыночного саморегулирования. Государство и рыночный механизм в процессе ценообразования. 2. Ценообразование на услуги гостиничного предприятия.
3	1. Ценовая политика как составляющая системы управления финансами организации. 2. Группировка цен с учётом базисных условий.
4	1. Модели ценовой стратегии. 2. Налог как элемент цены.
5	1. Учёт факторов риска и инфляции в процессе установления цен. 2. Формирование тарифов на транспортные услуги (ж/д, водный, автомобильный).
6	1. Скидки как способ стратегического и тактического управления ценой.

	2. Распределение косвенных расходов, управление затратами и ценообразованием «традиционным» методом, исходя из трудоемкости
7	1. Ценовые методы стимулирования продажи товаров. 2. Ценообразование на туристические услуги.
8	1. Стратегии ценообразования. 2. Мировой рынок и мировые цены. Принцип определения цены.
9	1. Элементы и структура цены. 2. Виды цен в сервисных отраслях.
10	1. Основные задачи, функции и права государственного контроля и регулирования цен. 2. Ценообразование на дополнительные услуги гостиничного предприятия.

## Задание 2

Произвести практические расчеты

Задача 1.

Составить калькуляцию, определить продажную цену одной и 100 порций жаркого.

Раскладка: говядина 100г., картофель 190г., лук 15г., морковь 20г, сало 50г., томат 4г, чеснок 2г., огурцы 50г.

Средневзвешенные розничные цены за 1 кг (руб.):

Продукт	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Говядина	190	230	200	180	250	220	210	240	260	170
Картофель	12	10	8	6	15	11	12	18	14	5
Лук	4	20	10	15	22	21	26	28	24	11
Морковь	8	16	12	10	20	18	20	25	19	14
Сало	200	190	170	150	200	195	180	210	220	160
Томат	75	25	50	30	40	45	43	52	60	20
Чеснок	120	50	60	70	100	75	68	82	85	40
Огурцы	50	100	110	70	120	55	63	72	94	45
Наценка, %	16	50	40	100	80	30	18	24	70	16

Наценка ко всем продуктам кафе – 16%

Задача 2.

Определить:

а) свободную розничную цену товара;

б) цену, по которой торговое предприятие будет рассчитываться с оптовой базой;

в) прибыль промышленного предприятия от реализации данного товара;

Составить структуру цены.

Известно: (руб.)

Элементы цены	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Материалы	500	20	620	1500	1300	870	750	930	780	1200
Обработка	230	10	240	640	380	320	210	270	220	310
Общепроизв., общехоз. расходы	190	5	170	320	300	240	180	210	190	280
Коммерческие расходы, %	3	1	5	3	2	1	3	4	5	2
Свободная отпуск.цена с НДС	1800	50	220	4300	4150	2900	2300	2600	2100	3500
Оптовая надбавка, %	10	-	18	13	15	16	22	18	17	-
Торговая надбавка, %	15	5	35	25	22	20	50	20	35	20
Акциз, %	-	-	-	30	-	-	-	-	-	30

НДС, %	18	-	18	18	18	18	18	18	18	18
--------	----	---	----	----	----	----	----	----	----	----

### Задача 3.

Автомобиль с автозавода поступает в розничную торговлю. Следует определить розничную цену легкового автомобиля, а также удельный вес каждого элемента в розничной цене товара.

Показатели	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Себестоимость, тыс.руб.	135	150	132	155	160	248	236	329	230	144
Рентабельность продукции, %	18	20	15	10	8	11	7	22	25	21
Торговая надбавка, %	30	25	20	23	25	18	30	35	30	35
Мощность авто, л.с.	90	100	150	110	140	130	80	125	115	95

### Задача 4.

Вы производите и продаете конфеты в ассортименте. Данные представлены в таблице.

Показатель	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Шоколадные: цена, руб	320	425	130	133	240	346	228	450	365	270
Переменные затраты, руб.	85	97	79	86	83	65	69	80	76	75
Доля шоколадных конфет в товарообороте, %	70	60	55	80	85	65	78	83	86	90
Карамель: цена, руб.	30	45	68	39	44	70	75	65	40	50
Переменные затраты, руб	18	24	33	20	23	45	50	40	28	23
Доля карамели в товарообороте, %	30	40	45	20	15	35	22	17	14	10
Постоянные затраты, тыс. руб.	100	300	180	75	95	99	93	98	95	90
Целевая прибыль, тыс.руб.	10	20	50	30	25	44	75	99	23	36

Определите, сколько нужно произвести и продать продукции по сложившейся рыночной цене, чтобы покрыть все затраты и получить целевую прибыль?

### **ВОПРОСЫ К ЗАЧЁТУ 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.

## **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 ста-

тистика, 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: <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: <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](http://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 составил к.п.н. доцент И.В. Курбский

Рецензент Директор ООО "Мономах" Л.А. Корвина

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры КиГ  
протокол № 8 от 18.01.2016 года.

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

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии  
направления 43.03.03 «Гостиничное дело»  
протокол № 3 от 20.01.2016 года.

Председатель комиссии Полоцкая О. П. Полоцкая