

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



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор  
по учебно-методической работе

А.А.Панфилов

2015 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ФИРМЫ**

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 38.04.01 «Экономика»

Программа подготовки «Экономика фирмы»

Уровень высшего образования магистратура

Форма обучения очная

Семестр	Трудоёмкость зач. ед, час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. занятия, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
2	3 зач. ед., 108 час.	18	18	-	45	Экзамен, 27
Итого	3 зач. ед., 108 час.	18	18	-	45	Экзамен, 27

Владимир

2015 г.

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Ценовая политика фирмы» является изучение методологических подходов при формировании и установлении цены в условиях рыночной экономики при принятии оперативных и стратегических решений, влияющих на бизнес с точки зрения получения дохода, проводимой политики государства и ее влиянии на деятельность предприятия (фирмы) и механизма установления цены.

Задачи дисциплины:

- знать эволюцию теории цены и использование теории спроса и предложения в практическом ценообразовании;
- знать функции цены и факторы ценообразования;
- знать особенности формирования ценовой политики фирмы;
- иметь представление о показателях динамики цен;
- проводить аналитическую и исследовательскую работу в области ценовой политики.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Ценовая политика фирмы» относится к обязательным дисциплинам вариативной части, то есть непосредственно связана с будущей сферой деятельности магистрантов.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются: знание методов анализа данных, основных экономических категорий, владение компьютерными методами обработки и анализа данных, графического и табличного представления информации.

Дисциплина «Ценовая политика фирмы» находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ОПОП и базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин «Экономика фирмы», «Микроэкономика», «Управление человеческими ресурсами».

Дисциплина формирует необходимые знания для изучения таких дисциплин, как «Бизнес - планирование», «Оценка бизнеса и управление стоимостью компании» и др.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность принимать организационно-управленческие решения (ОПК-3);
- способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов (ПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

▪ **знать:**

- модели реализации ценовой политики на различных типах рынков (ОПК-3);
- нормативную базу, обеспечивающую формирование цены в условиях рыночной среды (ПК-9);
- тенденции и направления развития государственной системы регулирования цен в РФ (ПК-9).

▪ **уметь:**

- разрабатывать цены на продукцию и услуги в условиях оптимизации затрат на их реализацию (ОПК-3);
- разрабатывать стратегию установления цены на выпускаемую продукцию на предприятиях различных организационно – правовых форм собственности (ОПК-3);
- проводить анализ тенденций формирования цен на данном этапе развития экономики на разном уровне (макро, мезо и микро) с учетом изменений в законодательстве и учитывать его результаты при формировании ценовой политики фирмы (ПК-9).

▪ **владеть:**

- методологией формирования цены на разных типах рынков (ОПК-3);
- навыками анализа различных источников информации для проведения экономических расчетов (ПК-9).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

№ п/п	Тема (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	Семинары	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС			КП / КР	
1	Тема 1. Теоретические основы установления цены и ее роль в рыночной экономике.	2	1-2	2		2				6		3 час., 75%	
2	Тема 2. Методология ценообразования	2	3-4	2		2				6		3 час., 75%	
3	Тема 3. Ценообразование на различных типах рынков.	2	5-6	2		2				6		3 час., 75%	Рейтинг – контроль №1
4	Тема 4. Формирование ценовой политики государства .	2	7-8	2		2				6		3 час., 75%	
5	Тема 5. Формирование цен на товарных и фондовых рынках и рынках услуг.	2	9-12	4		4				7		5 час., 62,5%	Рейтинг – контроль №2
6	Тема 6. Стратегия ценнообразования. Ценообразование на строительную продукцию.	2	13-16	4		4				7		5 час., 62,5%	
7	Тема 7. Зарубежный опыт ценообразования.	2	17-18	2		2				7		3 час., 75%	Рейтинг – контроль №3
Всего						18				45		25час., 69,4%	Экзамен, 27

#### 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» компетентностный подход дисциплины «Ценовая политика фирмы» реализуется путем проведения лекционных и практических занятий с применением мультимедийных технологий.

Лекционный курс обеспечен комплектом презентационных материалов, представляемых студентам с помощью проектора в оборудованной аудитории.

Практические занятия проводятся в форме деловых игр, дискуссий по темам, выданным для опережающей самостоятельной работы. Более половины практических занятий студенты работают в малых группах, решая ситуационные задачи.

Таким образом, преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- использование электронных образовательных ресурсов в виде комплекта презентаций как сопровождение к лекциям;

- разбор конкретных ситуаций - совместными усилиями группы магистрантов проанализировать ситуацию, возникающую при конкретной ситуации, и выработать практическое решение; окончание процесса – оценка предложенных алгоритмов и выбор лучшего в контексте поставленной проблемы;
- деловые игры – выработка навыка принятия решений в различных искусственно созданных ситуациях, осуществляемого по заданным правилам группой магистрантов в диалоговом режиме.
- опережающая самостоятельная работа – ознакомление обучающихся с новым материалом до начала его изучения в процессе проведения аудиторных занятий. Необходимо самостоятельно, изучить учебную литературу, нормативные акты и продумать вопросы по заданной теме. Дать исчерпывающие ответы на все поставленные проблемные вопросы по соответствующей теме.

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

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с положением о рейтинговой системе комплексной оценки знаний студентов ФГБОУ ВПО ВлГУ.

Положительная оценка знаний студентов по дисциплине «Ценовая политика фирмы» складывается из отдельных оценок по каждому виду работ в течение семестра: ответы по дополнительному материалу, доклады, участие в решении управленческих ситуаций, выполнение домашних контрольных работ.

Рейтинг-контроль предполагает использование преподавателем тестовых заданий, теоретические вопросы и практические задачи.

Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена, который включает в себя ответы на теоретические вопросы и выполнение логических задач по темам курса.

### **Примерные варианты рейтинг - контроля №1**

1. В условиях рыночной экономики цена имеет прогрессивное значение, если спрос:
  - а) превышает предложение;
  - б) равен предложению;
  - в) ниже предложения.
  
2. Если предприятие с целью получения наибольшей прибыли временно устанавливает наибольшую цену, применяется стратегия:
  - а) "собираение сливок";
  - б) психологического воздействия;
  - в) продвижение на рынок;
  - г) лидера на рынке.
  
3. Условия поставки товаров отражают такие цены, как
  - а) закупочные;
  - б) франко;
  - в) розничные;
  - г) базисные.
  
4. Если цена состоит только из покрытия расходов и средней нормы прибыли, предлагается такая стратегия ценообразования:
  - а) престижной цены;
  - б) лидера на рынке;
  - в) продвижение на рынок;

- г) возмещение расходов.
5. При закупке больших партий товаров (например, заготовки овощей) используется такая стратегия ценообразования:
- а) единой цены;
  - б) массовых закупок;
  - в) гибкой цены;
  - г) сегмента рынка.
6. В условиях рыночной экономики цена играет дестабилизирующую роль, если спрос:
- а) превышает предложение;
  - б) равен предложению;
  - в) меньше предложения.
7. К экономическим методам государственного регулирования цен относятся методы:
- а) установление предельного уровня цены;
  - б) предоставление налоговых льгот;
  - в) установление предельного уровня торговой надбавки;
  - г) установление фиксированной цены.
8. Отпускная цена предприятия - это:
- а) расходы предприятия;
  - б) расходы предприятия и прибыль;
  - в) расходы предприятия и торговая надбавка;
  - г) расходы предприятия и налог на добавленную стоимость; ,
  - д) прибыль и налог на добавленную стоимость.
9. На предприятиях, производящих модные изделия высокого качества, применяется стратегия:
- а) психологического воздействия;
  - б) лидера на рынке;
  - в) престижной цены;
  - г) продвижение на рынок.
10. Для товара, производство которого сокращается или вообще прекращается, применяется стратегия:
- а) гибкой цены;
  - б) сегмента рынка;
  - в) долгосрочной цены;
  - г) ценообразования на товары, снятые с производства.

### **Примерные варианты рейтинг - контроля №2**

1. Среди методов государственного регулирования цен к административным относятся:
- а) установление налоговых льгот;
  - б) насыщение рынка товарами;
  - в) установление предельного уровня торговой надбавки.
2. На повышение цен влияют следующие факторы:
- а) превышение предложения над спросом относительно стабильных доходов потребителей;
  - б) повышение производительности труда;
  - в) неэффективное использование капитала, оборудования, рабочей силы.

3. Если цена устанавливается относительно постоянной на некоторое время, предлагается стратегия:

- а) текущей нисходящей цены;
- б) долгосрочной цены;
- в) сегмента рынка;
- г) гибкой цены.

4. Торговая надбавка - это:

- а) часть налога на добавленную стоимость;
- б) часть себестоимости продукции производителя;
- в) затраты торгового предприятия;
- г) расходы торгового предприятия и налог на добавленную стоимость;
- д) расходы и прибыль предприятия.

5. При установлении одинаковой цены для любого товара или услуги предлагается стратегия:

- а) единой цены;
- б) массовых закупок;
- в) гибкой цены;
- г) сегмента рынка.

6. При установлении цены в соответствии с ценой предприятия, имеющего на рынке наибольшую долю, применяется стратегия:

- а) продвижение на рынок;
- б) психологического воздействия;
- в) престижной цены;
- г) лидера на рынке.

7. На снижение цены влияют следующие факторы:

- а) ажиотажный спрос;
- б) превышение над спросом предложения за относительно стабильных доходов потребителей;
- в) заработная плата увеличивается более быстрыми темпами, чем производительность труда и производство товаров и услуг;
- г) низкая эффективность использования основного капитала, оборудования, рабочей силы.

8. Между ценой и спросом является взаимозависимость с повышением:

- а) цены спрос снижается;
- б) цены спрос повышается;
- в) спроса цена повышается.

9. С увеличением расстояния перевозок себестоимость 1 тонно-км:

- а) увеличивается;
- б) уменьшается;
- в) не изменяется.

10. Ценовая скидка - это часть:

- а) себестоимости торгового предприятия;
- б) торговой надбавки;
- в) отпускной цены производителя, передается торговому предприятию;
- г) налога на добавленную стоимость.

### Примерные варианты рейтинг - контроля №3

1. Если устанавливается более низкая цена, чем у конкурентов, и меньше "круглой" цифры, применяется такая стратегия:
  - а) психологического воздействия;
  - б) продвижение на рынок;
  - в) лидера на рынке;
  - г) престижной цены.
  
2. Если цена устанавливается в соответствии с изменениями конъюнктуры рынка, предлагается такая стратегия:
  - а) сегмента рынка;
  - б) долгосрочной цены;
  - в) гибкой цены;
  - г) "сбора сливок».
  
3. Между ценой и предложением такая взаимозависимость - повышением:
  - а) цены предложение повышается;
  - б) цены предложение снижается;
  - в) предложения цена снижается.
  
4. Дефицит возникает при условии, что цена изделия:
  - а) превышает цену равновесия;
  - б) равна цене равновесия;
  - в) ниже цены равновесия.
  
5. Более низкой себестоимости устанавливается такая цена:
  - а) монопольная;
  - б) демпинговая;
  - в) постоянная;
  - г) фиксированная.
  
6. В себестоимость не входит элемент:
  - а) стоимость сырья и материалов;
  - б) расходы на подготовку кадров;
  - в) премии по итогам работы за год;
  - г) транспортные расходы.
  
7. Если цена устанавливается для конкретной социальной группы населения, применяется стратегия:
  - а) долгосрочной цены;
  - б) сегмента рынка;
  - в) текущей ниспадающей цены;
  - г) гибкой цены.
  
8. Если цена устанавливается ниже, чем у конкурентов, на короткий срок, предлагается стратегия:
  - а) "собираение сливок";
  - б) психологического воздействия;
  - в) лидера на рынке;
  - г) продвижение на рынок.
  
9. Остаток товаров появляется тогда, когда цена изделия:

- а) превышает цену равновесия;
- б) равна цене равновесия;
- в) ниже цены равновесия.

10. При инфляции цены

- а) повышаются;
- б) снижаются;
- в) не изменяются.

### **Примерный перечень вопросов к экзамену**

1. Цена как экономическая категория рынка: понятие, виды, функции.
2. Виды цен.
3. Спрос и предложение. Эластичность цены.
4. Затратный и ценностный подход к ценообразованию.
5. Рыночный подход к ценообразованию.
6. Ценообразование на разных типах рынка.
7. Механизм ценообразования.
8. Выбор метода ценообразования на основе анализа безубыточности и обеспеченности целевой прибыли.
9. Учет информации при ценообразовании в рыночной экономике.
10. Установление цены на новый товар.
11. Учет налогов в цене продукции.
12. Инициативное снижение или повышение цен. Реакция потребителей
13. Установление цен со скидками.
14. Установление цен на основе торгов.
15. Установление цены на новый товар.
16. Аукционные цены. Особенности установления.
17. Учет налогов в цене продукции.
18. Экспортная цена.
19. Методика формирования стоимости импортной продукции.
20. Контрактная цена.
21. Государственное регулирование цен.
22. Определение цен на потребительские товары и услуги.
23. Ресурсный и ресурсно-индексный метод определения стоимости строительной продукции.
24. Ценовая стратегия предприятия.
25. Методы государственного регулирования цен.
26. Методы определения рыночных цен.
27. Ценообразование в странах Европы. Стратегии ценообразования.
28. Законодательные и нормативно – правовые акты определяющие направления государственной ценовой политики.
29. Основные цели ценовой политики.
30. Классификация рынков в рыночной экономике.

### *ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ*

Самостоятельная работа магистрантов (СРС) - это планируемая учебная и научная работа, выполняемая по заданию преподавателя под его методическим и научным руководством.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

– формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной преподавателем учебной и дополнительной литературы, включая



информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);

- написание рефератов, эссе, докладов;
- подготовка к семинарам и практическим занятиям, их оформление в виде докладов, электронных презентаций и т.д.;
- составление аннотированного списка статей из журналов;
- подготовка рецензий на статью, пособие;
- выполнение контрольной работы;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплины и т.д.; подготовка к дискуссии;
- текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе аттестующих тестов;
- работа с нормативно-правовыми актами;
- и др.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
- участие в деловой игре (в часы практических занятий);
- выполнение учебно-исследовательской работы (руководство, консультирование и защита УИРС) и научно-исследовательской работы (НИРС);
- и т.д.

При выполнении заданий самостоятельной работы студентам предстоит:

- самостоятельная формулировка темы задания (при необходимости);
- сбор и изучение информации;
- анализ, систематизация и трансформация информации;
- отображение информации в необходимой форме;
- консультация у преподавателя;
- коррекция поиска информации и плана действий (при необходимости);
- оформление работы;
- поиск способа подачи выполненного задания;
- представление работы на оценку преподавателя или группы (при необходимости).

По итогам самостоятельной работы студенты должны:

- развить такие универсальные умения, как умение учиться самостоятельно, принимать решения, проектировать свою деятельность и осуществлять задуманное, проводить исследование, осуществлять и организовывать коммуникацию;
- научиться проводить рефлексию: формулировать получаемые результаты, переопределять цели дальнейшей работы, корректировать свой образовательный маршрут;
- познать радость самостоятельных побед, открытий, творческого поиска.

#### **Примерный перечень тем для самостоятельной работы**

1. Стратегия развития предприятия общественного питания.
2. Ценовая стратегия предприятий банковской сферы.
3. Особенности формирования ценовой стратегии промышленного предприятия.
4. Ценовая стратегия предприятия торговли.
5. Ценовая политика малого предприятия.
6. Формирование ценовой стратегии на туристические услуги.
7. Ценовая стратегия образовательного учреждения.
8. Особенности ценовой стратегии предприятия торговли.
9. Ценовая стратегия развития сельхозпредприятия.
10. Формирование ценовой стратегии на предприятиях ЖКХ.

## **СОСТАВ И СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ: « СТРАТЕГИЯ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ»**

### **ВВЕДЕНИЕ**

#### **1. АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

1.1. Описание предприятия

1.2. Продукция и услуги

#### **2. АНАЛИЗ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

2.1. Цели ценовой политики и принципы ценообразования

2.2 Анализ рынка потребителей

2.3. Анализ конкурентной среды

2.4. Анализ поставщиков продукции

2.5. Анализ численности работников предприятия

#### **3. ТАКТИКА ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

3.1. Анализ издержек на предприятии

3.2. Калькуляция стоимости хозяйствующего субъекта

3.3 Построение точки безубыточности за анализируемый период

#### **4. СТРАТЕГИЯ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

4.1. Инфляция и динамика цен

4.2. Калькуляция стоимости будущего периода

4.3. Построение точки безубыточности в будущем периоде

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ К КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ**

### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

### **ПРИЛОЖЕНИЕ**

После выполнения контрольной работы обучающиеся готовят презентацию и выступают с докладом на тему: «**Стратегия ценовой политики на предприятии**».

Критериями оценки результатов внеаудиторной самостоятельной работы студента являются:

- уровень освоения студентом учебного материала;
- умение студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- полнота общеучебных представлений, знаний и умений по изучаемой теме, к которой относится данная самостоятельная работа,
- обоснованность и четкость изложения ответа на поставленный во внеаудиторной самостоятельной работе вопрос,
- оформление отчетного материала в соответствии с известными заданными преподавателем требованиями.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература**

1. Ценообразование: учеб. пособие / под ред. Г.А. Тактарова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2014. - 192 с.: ил. - ISBN 978-5-279-03282-2. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279032822.html>
  2. Ценообразование: Учебно-практическое пособие / П. Н. Шуляк. - 12-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2010. - 196 с. - ISBN 978-5-394-00816-0. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394008160.html>
  3. Цахаев Р. К. Маркетинг: Учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. - 2-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013. - 552 с. - ISBN 978-5-394-02104-6.
- ТЕМА 2. Цена, ценообразование, ценовая политика в маркетинге.  
<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394021046.html>

### Дополнительная литература

1. Магомедов М. Д. Ценообразование: Учебник / М. Д. Магомедов, Е. Ю. Куломзина, И. И. Чайкина. - 2-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012. - 256 с. - ISBN 978-5-394-01521-2. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394015212.html>
2. Маркетинг и его особенности в России [Электронный ресурс] : монография / Жариков Г.А. - М. : Прометей, 2014. - ISBN9785704225287. Лекция 10. Ценообразование и его координация с другими инструментами маркетинга. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785704225287.html>
3. Электронное издание на основе: Райзберг Б.А. Прикладная экономика [Электронный ресурс]: учебное пособие / Б.А. Райзберг. - 2-е изд. (эл.). - М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2013. - 318 с.: ил. - ISBN 978-5-9963-2263-3. Глава 6. Цены и ценообразование. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785996322633.html>
4. С.А. Рассказова-Николаева. "Директ-костинг". Правдивая себестоимость. Издание второе, дополненное и переработанное. - Москва: Книжный мир, 2009. - 256 с. - ISBN9785804103744. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785804103744.html>

### Периодические издания

1. Журнал «Экономист» (ВлГУ)
2. Журнал «Экономический анализ: теория и практика» (ВлГУ)
3. Журнал «Экономика и управление» (ВлГУ)
4. Журнал «Финансовый менеджмент» (ВлГУ)

### Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. программное обеспечение включает в себя пакет программ MS Office (Word, Excel, PowerPoint)
2. <http://www.gks.ru/> - Федеральная служба государственной статистики.
3. <http://office.microsoft.com/ru-ru/> - Официальный сайт компании Microsoft.
4. «Consultant.ru – Консультант Плюс

### МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины, студенту необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной литературы.

Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий.

Самостоятельная работа студента предполагает работу с научной и учебной литературой, умение создавать тексты.

Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях, изучения рекомендованной литературы, выполнения контрольных письменных заданий.

При изучении дисциплины студенты выполняют следующие задания:

- изучают рекомендованную научно-практическую и учебную литературу;
- выполняют задания, предусмотренные для самостоятельной работы.

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и практические занятия.

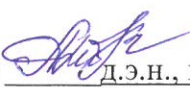
В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на практические занятия и указания на самостоятельную работу.

Практические занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Компьютерный класс, количество студенческих мест – 28 (из них оборудовано компьютерами – 13), площадь 49м<sup>2</sup>, оснащение: 13 персональных компьютеров в составе ThinkCentre M70e/keyb/mouse/L1900p19”, на которых установлено лицензионное программное обеспечение (Microsoft office, Statistica), обеспечен доступ к образовательному серверу ВлГУ, Интернет, мультимедийное оборудование (проектор BenQ MX 660 P DLP 3000ANSI в комплекте Экран настенный рулонный SimScreen 200\*200 Matte White S), кондиционер NIAGARA KFR-68W(G)/G1-2, доска настенная

Программа «Ценовая политика фирмы» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.04.01 «Экономика» (программа подготовки «Экономика фирмы»).

Рабочую программу составил  д.э.н., профессор кафедры ЭУИИ Н.В.Андреева.

Рецензент ~~кассир~~ директор ОАО ВТГФ  Герасимов Г.В.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Экономика и управление инвестициями и инновациями»  
протокол № 18 от 27.04.15 года.

Заведующий кафедрой  д.э.н. профессор О.А. Доничев

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии  
направления 38.04.01 «Экономика»

протокол № 5 от 29.04.15 года.

Председатель комиссии  д.э.н. профессор П.Н. Захаров

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 2015/2016 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 31.08.2015 года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ О.А. Доничев

Рабочая программа одобрена на 2016/2017 учебный год

Протокол заседания кафедры № 2 от 31.08.2016 года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ О.А. Доничев

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_ О.А. Доничев

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

Институт Экономики и менеджмента

Кафедра ЭУИИ

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ Дони́чев О.А.  
подпись 

« 27 » 04 20 15

Основание:  
решение кафедры  
от « 27 » 04 20 15

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ  
ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ФИРМЫ»**

38.04.01 Экономика

код и наименование направления подготовки

Экономика фирмы

наименование программы подготовки

магистратура

Уровень высшего образования

Владимир, 2015г.

## ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств (ФОС) для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине «**Ценовая политика фирмы**» разработан в соответствии с рабочей программой, входящей в ОПОП направления подготовки 38.04.01 «Экономика» (программа подготовки «Экономика фирмы»).

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Теоретические основы установления цены и ее роль в рыночной экономике	ПК-9	Ответы на вопросы
2	Методология ценообразования	ПК-9	Ответы на вопросы, задачи
3	Ценообразование на различных типах рынков.	ОПК-3, ПК-9	Ответы на вопросы, задачи
4	Формирование ценовой политики государства	ОПК-3, ПК-9	Ответы на вопросы, задачи
5	Формирование цен на товарных и фондовых рынках и рынках услуг	ОПК-3, ПК-9	Ответы на вопросы, задачи
6	Стратегия ценообразования. Ценообразование на строительную продукцию	ОПК-3, ПК-9	Ответы на вопросы, задачи
7	Зарубежный опыт ценообразования	ПК-9	Ответы на вопросы

Комплект оценочных средств по дисциплине «Ценовая политика фирмы» предназначен для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям образовательной программы, в том числе рабочей программы дисциплины «Ценовая политика фирмы», для оценивания результатов обучения: знаний, умений, владений и уровня приобретенных компетенций.

**Комплект оценочных средств** по дисциплине «Ценовая политика фирмы» включает:

1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости:
  - выполнение контрольной работы и презентация позволяют оценить приобретенные в процессе знания и полученные базовые понятия, умение правильно применять их и использовать в процессе анализа, изучая при этом нормативно – правовую базу;
  - комплект задач репродуктивного уровня, позволяет оценить и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия в рамках определенного раздела дисциплины;
  - вопросы для открытого ответа, позволяющие провести процедуру измерения уровня знаний и умений обучающихся.
2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме
  - контрольных вопросов и задач для проведения экзамена.



**Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины «Ценовая политика фирмы» при освоении образовательной программы по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика»**

<b><i>ОПК-3 Способность принимать организационно-управленческие решения</i></b>		
<b><i>Знать</i></b>	<b><i>Уметь</i></b>	<b><i>Владеть</i></b>
- модели реализации ценовой политики на различных типах рынков	- разрабатывать цены на продукцию и услуги в условиях оптимизации затрат на их реализацию; - разрабатывать стратегию установления цены на выпускаемую продукцию на предприятиях различных организационно – правовых форм собственности	- методологией формирования цены на разных типах рынков
<b><i>ПК-9 Способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов</i></b>		
<b><i>Знать</i></b>	<b><i>Уметь</i></b>	<b><i>Владеть</i></b>
- нормативную базу, обеспечивающую формирование цены в условиях рыночной среды; - тенденции и направления развития государственной системы регулирования цен в РФ	- проводить анализ тенденций формирования цен на данном этапе развития экономики на разном уровне (макро, мезо и микро) с учетом изменений в законодательстве и учитывать его результаты при формировании ценовой политики фирмы	- навыками анализа различных источников информации для проведения экономических расчетов.

**Показатели, критерии и шкала оценивания компетенций текущего контроля знаний по учебной дисциплине «Ценовая политика фирмы»**

Текущий контроль знаний, согласно «Положению о рейтинговой системе комплексной оценки знаний студентов в ВлГУ» (далее Положение) в рамках изучения дисциплины «Ценовая политика фирмы» предполагает открытые ответы студентов и решение задач.

**Критерии оценки текущего контроля знаний студентов**

*Для рейтинг-контролей №1 и 2*

Оценка выполнения	Критерий оценки
<i>Вопросы с открытым ответом</i>	
1,5 балла	<i>Правильный ответ</i>
0,75	<i>Неполный ответ</i>
0	<i>Нет ответа / ошибочный ответ</i>
<i>Задача</i>	
2,5	<i>Решена верно</i>
1,25	<i>Решено не до конца</i>
0	<i>Нет решения</i>

*Для рейтинг-контроля №3*

Оценка выполнения	Критерий оценки
<i>Вопросы с открытым ответом</i>	
2 балла	<i>Правильный ответ</i>
1	<i>Неполный ответ</i>
0	<i>Нет ответа / ошибочный ответ</i>
<i>Задача</i>	
5	<i>Решена верно</i>
2,5	<i>Решено не до конца</i>
0	<i>Нет решения</i>

**Регламент проведения мероприятия и оценивания**

№	Вид работы	Продолжительность
1.	Предел длительности тестирования (20 вопросов)	35-40 мин.
2.	Внесение исправлений	до 5 мин.
	Итого (в расчете на тест)	до 45 мин.

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА  
ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ  
«ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ФИРМЫ»**

**Варианты рейтинг-контроля №1 (ОПК-3, ПК-9)**

**Определите правильный ответ.**

**Вариант 1**

1. Сущность цены
2. Что первично: цена или рынок. Обоснуйте.
3. Равновесная цена - это

4. Государственное регулирование цен.
5. Перечислите факторы, воздействующие на цены.

Задача 1. Имеются данные:

Розничная цена единицы продукции	300 руб.
НДС	40 руб.
Наценка посреднической организации	45 руб.
Торговая скидка	10% к розничной цене.

Определить оптовую цену предприятия, прибыль предприятия в расчете на 1 изделие.

### Вариант 2

1. Сущность стоимости.
2. Напишите формулу цены.
3. Функции цены.
4. Методология ценообразования.
5. Принципы ценообразования.

Задача 1. Имеются следующие данные:

Полная себестоимость продукции	120 руб.
НДС	20%
Наценка посреднической организации	8 руб.
Торговая надбавка к отпускной цене посредников	20%

Определите оптовую и розничную цену.

## Варианты рейтинг - контроля №2 (ОПК-3, ПК-9)

### Вариант 1

1. Назовите основные формы государственного регулирования цен.
2. Перечислите основные группы цен.
3. Дайте понятие рынка.
4. Механизм формирования цены - это
5. Расчет индекса потребительских цен.

Задача 1. Определить свободную розничную цену изделия при условии, что товар поступает в розничную торговую сеть через оптовую базу; прибыль промышленного предприятия от реализации изделия по свободным отпускным ценам.

Составить структуру свободной розничной цены.

Известны следующие данные:

Ставка акциза	30% к свободной цене (без НДС)
НДС	20% к свободной отпускной цене
Свободная отпускная цена (с НДС)	100 руб..
Оптовая надбавка	10%
Торговая надбавка	25%

### Вариант 2

1. Классификация цен по видам хозяйственной деятельности.
2. Механизмы формирования цен на практике.
3. Перечислите типы рынков.
4. Ценовая дискриминация.
5. Особенности ценообразования на различных типах рынков.

Задача 1. Легковой автомобиль ВАЗ поступает в продажу от производителя. Розничная цена 300 тыс. руб. Торговая надбавка 30% к свободной цене. Прибыль предприятия изготовителя 25% от себестоимости. Определить себестоимость и прибыль предприятия – изготовителя, а также удельный вес каждого элемента в розничной цене товара.

## Варианты рейтинг - контроля №3 (ОПК-3, ПК-9)

### Вариант 1

1. Назовите основные способы государственного контроля за ценами.

2. Сформулируйте основные цели ценовой политики предприятия.
3. Перечислите формы осуществления государственного регулирования цен в России.
4. Перечислите методы для определения рыночной цены для целей налогообложения.
5. Укажите товары и услуги, на которые цены регулируются государством.

Задача 1. Себестоимость автомобиля составляет 1 млн. 200 тыс. руб. Прибыль автозавода 25% от себестоимости. Автомобиль поступает с завода в розничную торговлю. Торговая надбавка составляет 30% к свободной отпускной цене. Определить розничную цену автомобиля и удельный вес каждого элемента в розничной цене товара.

#### **Вариант 2**

1. Перечислите меры, применяемые государством для поддержания национальных товаропроизводителей.
2. Влияние инфляции и денежного обращения на изменение цен.
3. Перечислите наиболее распространенные ценовые стратегии предприятия.
4. Укажите основные причины установления скидок с цены.
5. Перечислите надбавки к цене и укажите их причины.

Задача 1. Определить окончательную цену на продукцию общественного питания в студенческой столовой, если оптовая цена сырья и полуфабрикатов 20 руб. за кг; НДС к оптовой цене 10%; торговая надбавка – 20%; от цен поставщика за товары без НДС; наценка общественного питания 30% от цен поставщика за товары без НДС.

### **Оценочные средства для проведения контроля выполнения по осваиваемой дисциплине самостоятельной работы студента Содержание (структура) заданий самостоятельной работы студентов**

#### *Тематика докладов*

№	Тема (раздел) самостоятельной работы студентов	Контролируемые компетенции
1	Стратегия развития предприятия общественного питания	ОПК-3, ПК-9
2	Ценовая стратегия предприятий банковской сферы	ОПК-3, ПК-9
3	Особенности формирования ценовой стратегии промышленного предприятия	ОПК-3, ПК-9
4	Ценовая стратегия предприятия торговли	ОПК-3, ПК-9
5	Ценовая политика малого предприятия	ОПК-3, ПК-9
6	Формирование ценовой стратегии на туристические услуги	ОПК-3, ПК-9
7	Ценовая стратегия образовательного учреждения	ОПК-3, ПК-9
8	Особенности ценовой стратегии предприятия торговли	ОПК-3, ПК-9
9	Ценовая стратегия развития сельхозпредприятия	ОПК-3, ПК-9
10	Формирование ценовой стратегии на предприятиях ЖКХ	ОПК-3, ПК-9

#### **СОСТАВ И СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ:**

#### **« СТРАТЕГИЯ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ» (ОПК-3, ПК-9)**

##### **ВВЕДЕНИЕ**

1. АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
  - 1.1. Описание предприятия
  - 1.2. Продукция и услуги
2. АНАЛИЗ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ
  - 2.1. Цели ценовой политики и принципы ценообразования
  - 2.2 Анализ рынка потребителей
  - 2.3. Анализ конкурентной среды
  - 2.4. Анализ поставщиков продукции
  - 2.5. Анализ численности работников предприятия

3. ТАКТИКА ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ
- 3.1. Анализ издержек на предприятии
- 3.2. Калькуляция стоимости хозяйствующего субъекта
- 3.3 Построение точки безубыточности за анализируемый период
4. СТРАТЕГИЯ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ
- 4.1. Инфляция и динамика цен
- 4.2. Калькуляция стоимости будущего периода
- 4.3. Построение точки безубыточности в будущем периоде
- ЗАКЛЮЧЕНИЕ К КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ
- СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
- ПРИЛОЖЕНИЕ

После выполнения контрольной работы обучающиеся готовят презентацию и выступают с докладом на тему: «Стратегия ценовой политики на предприятии».

**Оценочный лист (показатели) выполнения и защиты самостоятельной работы студента по осваиваемой дисциплине**

Наименование показателя		Оценка
<b>I. Качество выполнения контрольной работы студента</b>		
1.	Соответствие содержания работы заданию	2
2.	Грамотность изложения и качество оформления работы	2
3.	Самостоятельность выполнения работы, глубина проработки материала, использование рекомендованной справочной литературы	2
Общая оценка за выполнение		6
<b>II. Качество доклада</b>		
1.	Соответствие содержания доклада заявленной теме	2
2.	Выделение основной мысли работы	2
3.	Качество изложения материала	2
Общая оценка за доклад		6
<b>III. Ответы на дополнительные вопросы</b>		
Общая оценка за ответы на вопросы		3
<b>ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА ЗА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ СТУДЕНТА</b>		<b>15</b>

**Общее распределение баллов текущего контроля по видам учебных работ для студентов (в соответствии с Положением)**

Рейтинг-контроль 1	5 вопросов и 1 задача	До 10 баллов
Рейтинг-контроль 2	5 вопросов и 1 задача	До 10 баллов
Рейтинг контроль 3	5 вопросов и 1 задача	До 15 баллов
Посещение занятий студентом		5 баллов
Дополнительные баллы (бонусы)		5 баллов
Выполнение семестрового плана самостоятельной работы		15 баллов

**Показатели, критерии и шкала оценивания компетенций промежуточной аттестации знаний по учебной дисциплине «Ценовая политика фирмы» на экзамене**

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины (экзамен) проводится в экзаменационную сессию. Экзамен проводится по билетам, содержащим 2 вопроса и задачу. Студент пишет ответы на вопросы и задания экзаменационного билета на листах белой бумаги формата А 4, на каждом из которых должны быть указаны: фамилия, имя, отчество студента; шифр студенческой группы; дата проведения экзамена; номер экзаменационного билета. Листы ответов должны быть подписаны и студентом и экзаменатором после получения студентом экзаменационного билета.

Максимальное количество баллов, которое студент может получить на экзамене, в соответствии с Положением составляет 40 баллов.

<b>Оценка в баллах</b>	<b>Критерии оценивания компетенций</b>
30-40 баллов	Студент глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения ситуационных задач, подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой экзамена.
20-29 баллов	Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении ситуационных задач, владеет необходимыми навыками, допуская некоторые неточности; демонстрирует хороший уровень освоения материала, информационной и коммуникативной культуры и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой экзамена.
10-19 баллов	Студент показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, в целом, не препятствует усвоению последующего программного материала, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при решении ситуационных задач, подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой экзамена на минимально допустимом уровне.
Менее 10 баллов	Студент не знает значительной части программного материала (менее 50% правильно выполненных заданий от общего объема работы), допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет ситуационные задачи, не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой экзамена.

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА  
ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «Ценовая политика фирмы»**

Вопросы к экзамену и задачи

1. Цена как экономическая категория рынка: понятие, виды, функции .
2. Виды цен.
3. Спрос и предложение. Эластичность цены.
4. Затратный и ценностный подход к ценообразованию.
5. Рыночный подход к ценообразованию.
6. Ценообразование на разных типах рынка.
7. Механизм ценообразования.
8. Выбор метода ценообразования на основе анализа безубыточности и обеспеченности целевой прибыли.
9. Учет информации при ценообразовании в рыночной экономике.
10. Установление цены на новый товар.
11. Учет налогов в цене продукции.
12. Инициативное снижение или повышение цен. Реакция потребителей
13. Установление цен со скидками.
14. Установление цен на основе торгов.
15. Установление цены на новый товар.
16. Аукционные цены. Особенности установления.
17. Учет налогов в цене продукции.
18. Экспортная цена.
19. Методика формирования стоимости импортной продукции.
20. Контрактная цена.
21. Государственное регулирование цен.
22. Определение цен на потребительские товары и услуги.
23. Ресурсный и ресурсно-индексный метод определения стоимости строительной продукции.
24. Ценовая стратегия предприятия.
25. Методы государственного регулирования цен.
26. Методы определения рыночных цен.
27. Ценообразование в странах Европы. Стратегии ценообразования.
28. Законодательные и нормативно – правовые актыопределяющие направления государственной ценовой политики.
29. Основные цели ценовой политики.
30. Классификация рынков в рыночной экономике.

**Задача 1.**

Легковой автомобиль ВАЗ поступает в продажу от производителя в розничную торговлю. Розничная цена его 30 т.р. Торговая надбавка 30 % к свободной цене. Прибыль предприятия-изготовителя составляет 25 % от себестоимости. Следует определить себестоимость и прибыль предприятия-изготовителя, а также % (уд.вес) каждого элемента в розничной цене товара ( себестоимости, прибыли, акциза, НДС и торговой надбавки)

**Задача 2.**

Себестоимость автомобиля составляет – 189120 руб. Прибыль автозавода составляет – 25 % от себестоимости. Автомобиль с автозавода поступает в розничную торговлю. Торговая надбавка составляет 30 % к свободной отпускной цене. Определить розничную

цену автомобиля, а также % (уд.вес) каждого элемента в розничной цене товара (себестоимости, прибыли, акциза, НДС, торговой надбавки).

**Задача 3.** Фармацевтическая организация розничной торговли получила лекарственное средство от оптовой фармацевтической организации с предельной отпускной ценой 230руб.00 коп. Определить предельную розничную цену, если оптовая надбавка составляет до 15%, а розничная надбавка - до 30%.

**Задача 4.**

Определите:

- а) свободную розничную цену
- б) цену, по которой предприятие розничной торговли будет рассчитываться с оптовой базой
- в) прибыль промышленного предприятия от реализации данного изделия.

Составьте структуру свободной розничной цены.

Известны следующие данные:

Себестоимость – 120 р.

НДС – 20% к отпускной цене (без НДС)

Отпускная цена (с НДС) – 380 руб.

Торговая надбавка – 20 %

Оптовая надбавка – 8 %.

**Задача 5.**

Определите:

- а) розничную цену изделия при условии, что оно поставляется в розничную сеть через 2-х посредников (торгово-закупочные организации)
- б) прибыль промышленного предприятия от реализации изделия по свободным отпускным ценам

2. Составьте структуру свободной розничной цены.

Известны следующие данные:

Себестоимость – 100 руб.

НДС – 20 % к свободной отпускной цене (без НДС)

Свободная отпускная цена (с НДС) – 420 р.

Снабженческо-сбытовая надбавка – 25 %

Торговая надбавка – 20 % к цене закупки.

**Задача 6.**

Фармацевтическая оптовая организация получила лекарственные средства от производителя по цене ниже регистрируемой, со скидкой 10%, то есть по цене 180 руб. Определите предельную цену, которую может назначить оптовик и предельную розничную цену, если известно, что оптовая надбавка может составлять до 15 %, а розничная надбавка до 50% (включая оптовую надбавку).



Максимальная сумма баллов, набираемая студентом по дисциплине «Ценовая политика фирмы» в течение семестра равна 100.

Оценка в баллах	Оценка по шкале	Обоснование	Уровень сформированности компетенций
91 - 100	«Отлично»	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	<b>Высокий уровень</b>
74-90	«Хорошо»	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	<b>Продвинутый уровень</b>
61-73	«Удовлетворительно»	Теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.	<b>Пороговый уровень</b>
Менее 60	«Неудовлетворительно»	Теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки	<b>Компетенции не сформированы</b>

Разработчик д.э.н., профессор кафедры ЭУИИ



Н.В. Андреева