

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
БОРИСОГЛЕБСКИЙ ФИЛИАЛ
(БФ ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
естественнонаучных и
общеобразовательных дисциплин



С.Е. Зюзин
20.05.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.07.02 Управление ценовой политикой

1. Код и наименование направления подготовки:

38.03.01 Экономика

2. Профиль подготовки:

Экономика предприятий и организаций

3. Квалификация выпускника: бакалавр

4. Форма обучения: очная, очно-заочная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: кафедра
естественнонаучных и общеобразовательных дисциплин

6. Составители программы: Е.С. Мещерякова, ст. преподаватель

7. Рекомендована: Научно-методическим советом Филиала от 19.05.2025,
протокол № 8

8. Учебный год: 2028-2029 **Семестр:** 7/8

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель учебной дисциплины: приобретение знаний и умений по основополагающим факторам формирования и управления ценовой политикой на предприятии, особенностям ценообразования, распространения и использования знаний в современных экономических условиях.

Задачи учебной дисциплины:

- знать эволюцию теории цены и использование теории спроса и предложения в практическом ценообразовании;
- знать функции цены и факторы ценообразования;
- знать структуры рынка и цены;
- знать виды себестоимости, используемые в практике ценообразования;
- знать ценовую политику предприятия;
- иметь представление о показателях динамики цен; проводить аналитическую и исследовательскую работу в области ценообразования.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Управление ценовой политикой» входит в блок Б1 «Дисциплины (модули)» входит в блок Б1 Дисциплины (модули), в Профессиональный модуль.

Для освоения дисциплины «Управление ценовой политикой» необходимы знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин: Бизнес-планирование, Экономическая теория. Изучение дисциплины «Управление ценовой политикой» является необходимой основой для написания выпускной квалификационной работы. Условия реализации дисциплины для лиц с ОВЗ определяются особенностями восприятия учебной информации и с учетом индивидуальных психофизических особенностей.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК – 1	Способен формировать текущие и перспективные планы (программ, проектов) финансово-хозяйственной и производственной деятельности организации	ПК – 1.1	Исследует организационно-экономические и технологические условия деятельности организации с использованием методов стратегического анализа	Знать: - основы организации внутрифирменных экономических отношений; - формы внутренней отчетности структурных подразделений организации; - системы учета и оценки затрат организации и ее структурных подразделений; Уметь: - формировать показатели и использовать их для выявления резервов повышения эффективности деятельности организации и ее структурных подразделений; - проводить анализ и оценку деятельности подразделений;
ПК – 2	Способен проводить мониторинг рисков, применять технологии (методы) управления рисками	ПК – 2.3	Реализует мониторинг рисков, учитывает новые обстоятельства, изменяющие уровень риска	- обосновывать оперативные управленческие решения по повышению эффективности деятельности организации и ее структурных подразделений. Владеть: - практическими навыками финансовоэкономического анализа и интерпретации информации о деятельности организации и ее структурных подразделений; - практическими навыками корректировки

				деятельности организации и ее структурных подразделений на основе анализа релевантной информации.
--	--	--	--	---

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. — 3 / 108.

Формы промежуточной аттестации: зачет

13. Трудоемкость по видам учебной работы

очная форма обучения

Вид учебной работы		Трудоемкость	
		Всего	По семестрам
			7 семестр
Контактная работа		34	34
в том числе:	лекции	16	16
	практические	18	18
Самостоятельная работа		74	74
Итого:		108	108

очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы		Трудоемкость	
		Всего	По семестрам
			8 семестр
Контактная работа		28	28
в том числе:	лекции	14	14
	практические	14	14
Самостоятельная работа		80	80
Итого:		108	108

13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК *
1. Лекционные занятия			
1.1	Теоретико-методологические основы ценообразования	Развитие теории цены в экономической мысли. Ценность как основа формирования цены в современных условиях развития рынка: факторы современного ценообразования. Понятие «цена» и «ценообразование» в современной рыночной экономике. Ценообразование в рамках ценностно - ориентированного менеджмента. Функции цен: учетно-измерительная, цена как средство размещения ресурсов в производстве, распределительная	

		(перераспределительная), стимулирующая, регулирующая.	
1.2	Ценообразующие факторы	Факторы, влияющие на решения по ценам. Факторы, влияющие на цену. Издержки производства. Потребители. Правительство. Участники каналов товародвижения. Конкуренты. Ценовая политика организации	
1.3	Государственная ценовая политика и регулирование цен	Цели и содержание государственного регулирования цен. Прямые методы регулирования цен. Косвенные методы регулирования цен.	
1.4	Система цен	Состав и структура цены: цеховая себестоимость, производственная себестоимость, полная себестоимость, прибыль, акциз, налог на добавленную стоимость, снабженческо - сбытовая надбавка, торговая надбавка.	
1.5	Ценовая политика предприятия и выбор ценовой стратегии	Ценообразование и ценовая политика в топливно-энергетическом и минерально-сырьевом комплексе. Ценообразование на рынке транспортных услуг. Ценообразование на рынке научно- технической продукции. Ценовая конъюнктура на рынке продовольственных товаров России. Цены на социальные услуги. Цены на рынке труда.	
1.6	Методы ценообразования	Сущность и назначение методов ценообразования. Преимущества и недостатки затратных методов. Условия применения параметрических методов определения цен.	
2. Практические занятия			
2.1	Теоретико-методологические основы ценообразования	Развитие теории цены в экономической мысли. Ценность как основа формирования цены в современных условиях развития рынка: факторы современного ценообразования. Понятие «цена» и «ценообразование» в современной рыночной экономике. Ценообразование в рамках ценностно - ориентированного менеджмента. Функции цен: учетно-измерительная, цена как средство размещения ресурсов в производстве, распределительная (перераспределительная), стимулирующая, регулирующая.	
2.2	Ценообразующие факторы	Факторы, влияющие на решения по ценам. Факторы, влияющие на цену. Издержки производства. Потребители. Правительство. Участники каналов товародвижения. Конкуренты. Ценовая политика организации	
2.3	Государственная ценовая политика и регулирование цен	Цели и содержание государственного регулирования цен. Прямые методы регулирования цен. Косвенные методы регулирования цен.	
2.4	Система цен	Состав и структура цены: цеховая себестоимость, производственная себестоимость, полная себестоимость, прибыль, акциз, налог на добавленную стоимость, снабженческо - сбытовая надбавка, торговая надбавка.	

2.5	Ценовая политика предприятия и выбор ценовой стратегии	Ценообразование и ценовая политика в топливно-энергетическом и минерально-сырьевом комплексе. Ценообразование на рынке транспортных услуг. Ценообразование на рынке научно-технической продукции. Ценовая конъюнктура на рынке продовольственных товаров России. Цены на социальные услуги. Цены на рынке труда.	
2.6	Методы ценообразования	Сущность и назначение методов ценообразования. Преимущества и недостатки затратных методов. Условия применения параметрических методов определения цен.	

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Теоретико-методологические основы ценообразования	2	2	0	10	14
2	Ценообразующие факторы	2	2	0	12	16
3	Государственная ценовая политика и регулирование цен	2	2	0	12	16
4	Система цен	2	4	0	12	18
5	Ценовая политика предприятия и выбор ценовой стратегии	4	4	0	12	20
6	Методы ценообразования	4	4	0	16	22
Итого:		16	18	0	74	108

очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Теоретико-методологические основы ценообразования	2	2	0	10	14
2	Ценообразующие факторы	2	2	0	14	18
3	Государственная ценовая политика и регулирование цен	2	2	0	14	18
4	Система цен	2	2	0	14	18
5	Ценовая политика предприятия и выбор ценовой стратегии	2	2	0	14	18
6	Методы ценообразования	4	4	0	20	28
Итого:		14	14	0	80	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к изучению учебной дисциплины, целесообразно ознакомиться с учебной программой дисциплины, электронный вариант которой размещён на сайте БФ ВГУ. Знание основных положений, отраженных в рабочей программе дисциплины, поможет обучающимся ориентироваться в изучаемом курсе, осознавать место и роль

изучаемой дисциплины в подготовке будущего выпускника, строить свою работу в соответствии с требованиями, заложенными в программе.

Основными формами контактной работы по дисциплине являются лекции и практические занятия.

Подготовка к практическим занятиям ведется на основе их планов. В ходе подготовки к практическим занятиям необходимо изучить конспекты лекций, основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой. Кроме того, следует изучить образцы выполнения задач и упражнений (если такие предусмотрены).

При подготовке к промежуточной аттестации необходимо повторить пройденный материал в соответствии с учебной программой, примерным перечнем вопросов, выносящихся на зачет. Рекомендуется использовать источники, перечисленные в списке литературы в рабочей программе дисциплины, а также ресурсы электронно-библиотечных систем.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Турманидзе, Т. У. Финансовый анализ : учебник / Т. У. Турманидзе. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 288 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615937 (дата обращения: 29.03.2024). – Библиогр.: с. 278. – ISBN 978-5-238-02358-8. – Текст : электронный.
2	Николаева, Т. Е. Ценовая политика и стратегия фирмы на современном этапе развития : учебное пособие : [16+] / Т. Е. Николаева. – Москва : ФЛИНТА, 2019. – 88 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=603112 (дата обращения: 10.04.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-4280-8. – Текст : электронный.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3	Шапкин, А. С. Теория риска и моделирование рискованных ситуаций : учебник / А. С. Шапкин, В. А. Шапкин. – 10-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 874 с. : табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710894 (дата обращения: 19.03.2024). – Библиогр.: с. 859-865. – ISBN 978-5-394-05397-9. – Текст : электронный.
4	Пахновская, Н. Краткосрочная финансовая политика хозяйствующих субъектов : учебное пособие / Н. Пахновская ; Оренбургский государственный университет. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2013. – 331 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259307 (дата обращения: 10.04.2024). – Текст : электронный.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Источник
5	Гузей, В. А. Финансовый анализ : учебное пособие для бакалавриата направления 38.03.01 «Экономика» : [16+] / В. А. Гузей ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2022. – 104 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=711223 (дата обращения: 29.03.2024). – Библиогр.: с. 96-98. – ISBN 978-5-7972-3066-3. – Текст : электронный.
6	Финансовая грамотность : учебник : [16+] / Ю. Р. Туманян, О. А. Ищенко-Падукова, А. Н. Козлов [и др.] ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. – 212 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612183 (дата обращения: 09.04.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3558-3. – Текст : электронный.
7	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online» – http://biblioclub.ru/ .
8	ООО «Политехресурс» Электронная библиотека технического вуза (ЭБС «Консультант студента») – http://www.studentlibrary.ru/ .
9	Научная электронная библиотека – http://www.scholar.ru/ .

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
-------	----------

1	Балдин, К. В. Управленческие решения : учебник / К. В. Балдин, С. Н. Воробьев, В. Б. Уткин. – 9-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 495 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573213 (дата обращения: 19.03.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03532-6. – Текст : электронный.
---	--

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

При реализации дисциплины используются вводная лекция, обзорные лекции; практические занятия, технологии проблемного обучения, обучения в сотрудничестве, информационно-коммуникационные технологии.

При реализации дисциплины используются **информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:**

– Информационная система «[Единое окно доступа к образовательным ресурсам](http://window.edu.ru/)» <http://window.edu.ru/>;

– Онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент.

– Федеральные сайты по вопросам ЖКХ

✓ Портал государственных услуг Российской Федерации (Госуслуги)
www.gosuslugi.ru/category/property

✓ Raschetgkh.ru <https://raschetgkh.ru>

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Программное обеспечение:

– Win10, OfficeProPlus 2010

– браузеры: Yandex, Google, Opera, Mozilla Firefox, Explorer

– STDU Viewer version 1.6.2.0

– 7-Zip

– GIMP GNU Image Manipulation Program

– Paint.NET

– Tux Paint

– Adobe Flash Player

Набор демонстрационного оборудования: экран настенный, проектор, колонки, компьютер.

Лаборатория информатики и информационно-коммуникационных технологий:

компьютеры, объединенные в сеть с выходом в Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ВГУ и БФ.

Интерактивная доска, проектор, колонки, принтер.

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Теоретико-методологические основы ценообразования	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1 ПК-2.3	Тест Задания для практических занятий
2.	Ценообразующие факторы	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1 ПК-2.3	Тест Задания для практических занятий
3.	Государственная ценовая политика и регулирование цен	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1 ПК-2.3	Тест Задания для практических занятий
4.	Система цен	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1 ПК-2.3	Тест Задания для практических занятий
5.	Ценовая политика предприятия и	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1 ПК-2.3	Тест Задания для практических занятий

	выбор ценовой стратегии			
6.	Методы ценообразования	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1 ПК-2.3	Тест Задания для практических занятий
Промежуточная аттестация форма контроля – зачет				Перечень вопросов Практические задания

20. Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1. Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

1.1.1. Устный экспресс-опрос

Устный экспресс-опрос является эффективной формой быстрой проверки и достаточно объективной оценки знаний обучающихся, позволяющей проверить степень усвоения ключевых положений темы и целостность восприятия материала соответствующей темы. Он нацелен на контроль и оценку уровня знаний обучающихся, а также умений и навыков самостоятельной работы с теоретическим материалом курса.

Экспресс-опрос осуществляется в режиме пинг-понга (вопрос-ответ), причем ответ предполагает быструю реакцию на вопрос и лаконичное (краткое и ясное) изложение сути обусловленной проблемы. Эти преимущества экспресс-опроса способствуют формированию навыков быстрой концентрации и реагирования на поставленный вопрос. Кроме того процедура экспресс-опроса позволяет студентам группы повторить учебный материал перед тестированием.

Экспресс опрос не предполагает тотального опроса студентов группы на занятии. Возможен выборочный опрос студентов, позволяющий получить общее представление о степени подготовленности группы для работы на практическом занятии.

Вопрос	Ответ
Тема 1. Теоретико-методологические основы ценообразования	
Что такое общественно необходимые затраты труда?	Затраты, необходимые для изготовления потребительной стоимости при наличных общественно нормальных условиях производства и при среднем уровне квалификации и производительности труда
Почему маржинальная теория цены и ценообразования не нашла применения?	Оказалось непросто осуществить количественное измерение полезности, определить методы её учета.
Какие три концепции объединил в концепции цены А.Маршалл?	Предельно полезность, издержки производства, спрос и предложение.
Согласно правилу Маршалла, что нужно учитывать в более коротком рассматриваемом периоде?	Влияние спроса на стоимость.
Согласно правилу Маршалла, что нужно учитывать в продолжительном рассматриваемом периоде?	Влияние издержек производства на стоимость.
Цена – это:	Форма выражения ценности благ, проявляющаяся в процессе их обмена.
Ценообразование – это:	Процесс формирования цен на товары и услуги.
В чем состоит суть стимулирующей функции цен?	В поощрительном и сдерживающем воздействии цен на разные сферы воспроизводства.

В чем проявляется функция цен как критерия рационального размещения производства?	В том, что с помощью механизма цен для получения более высокой прибыли осуществляется перелив капиталов из одного сектора экономики в другой и внутри отдельных секторов туда, где нома прибыли больше.
Методика ценообразования – это:	Совокупность более частных правил построения цены, отражающих специфику отраслей, производств, продуктов.
Тема 2. Ценообразующие факторы	
Ценообразующие факторы – это:	Многообразие условий, в которых формируются структура и уровень цены.
Какие ценообразующие факторы называют внешними?	Факторы, которые не зависят от товаропроизводителя.
Какие ценообразующие факторы называют конъюнктурными?	Действие которых объясняется изменчивостью рынка и зависит от политических условий, влияния моды, предпочтений потребителя.
Перечислите специфические ценообразующие факторы.	Сезонность, эксплуатационные расходы, комплектность, гарантии и условия сервиса.
При каких условиях спрос принято называть эластичным?	Если небольшие изменения в цене приводят к значительным изменениям в количестве покупаемой продукции,
При каких условиях спрос принято называть неэластичным?	Если изменения в цене не приводят к значительным изменениям в количестве покупаемой продукции.
Что понимается под краткосрочным периодом?	Период времени слишком короткий для изменения производственных мощностей, но достаточно для того чтобы изменить интенсивность использования этих мощностей.
Критический объем производства – это:	Объем, при котором обеспечивается нулевая прибыль (доход от продажи равен издержкам производства).
Максимальная прибыль предприятия достигается при каком объеме производства?	При таком объеме производства, при котором предельный доход равен предельным издержкам.
Какие издержки называются условно- постоянными?	Которые в краткосрочном периоде не изменяются прямо- пропорционально изменению объемов производства.
Тема 3. Государственная ценовая политика и регулирование цен	
Что представляет собой государственное регулирование смешанной экономики?	Систему типовых мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, осуществляемых правомочными государственными учреждениями и общественными организациями в целях стабилизации и приспособления существующей социально - экономической системы к изменяющимся условиям.
Что может обеспечить государство, проводя активную ценовую политику?	Прибыльность бизнеса, который невыгоден для чисто рыночного хозяйствования.
Что происходит при чрезмерном государственном регулировании цен?	Рыночные механизмы ослабевают и возникает опасность потери рыночных ориентиров для сопоставления затрат и результатов, так как основные параметры рынка испытывают сильное влияние со стороны нерыночных факторов.
Что происходит в случае полного отхода государства от участия в формировании цен и их регулирования?	Разрушаются основы экономики, государство теряет один из важнейших методов борьбы с монополизмом, а рыночные отношения и финансовое положение многих предприятий становятся неустойчивыми.
Прямое регулирование цен – это:	Административное вмешательство государства в установление действующих цен, участие государства в формировании уровней и структуры цен, установление определенных правил ценообразования
Установление верхнего абсолютного предела цены – это какая форма государственного регулирования цен?	Прямое регулирование.
Регулирование доходов производителей продукции, продавцов и покупателей – это какая форма государственного регулирования цен?	Косвенное регулирование.

Льготное налогообложение – это какая форма государственного регулирования цен?	Косвенное регулирование.
Каким образом обеспечивается косвенное вмешательство в ценообразование?	Применением совокупности способов и средств, способствующих расширению товарного предложения на рынке, управлению доходами населения, регулированию налогов как на производимую, так и на потребляемую продукцию.
Назовите первичную форму государственной активности в области государственного регулирования цен.	Наблюдение за ценами
Тема 4. Система цен	
Система цен – это:	Единая, упорядоченная совокупность различных видов цен, обслуживающих и регулирующих экономические взаимоотношения участников рынка.
Мировые цены – это:	Цены, обслуживающие международный рынок в целом и наиболее полно отражающие конъюнктуру товаров и услуг в масштабе общего мирового рынка.
Внешнеторговые цены – это:	Цены, обслуживающие обороты импортируемой и экспортируемой продукции.
Назовите параметры системы цен.	Уровень, структура, динамика.
Что рассматривается в качестве обобщающего уровня цен?	Стоимость фиксированной потребительской корзины, который объединяет различные уровни цен в качественно новый обобщающий уровень цен.
Индексы цен – это:	Показатели динамики цен за определенный период.
Сводный индекс цен содержит информацию о...	О динамике цен группы товаров (услуг).
В чем состоит специфика индекса цен Ласпейреса?	Для соизмерения цен на отдельные товары применялись базисные уровни производства.
Структура цены – это:	Определенное соотношение элементов цены (себестоимость, прибыль, налоги) в процентах или долях единиц.
Что понимается под базисными условиями?	Условия отражения в цене расходов на транспортировку, погрузку, разгрузку, страхование продукции и на ее таможенное оформление в случае пересечения товарами государственной границы.
Тема 5. Ценовая политика предприятия и выбор ценовой стратегии	
Ценовая политика предприятия – это:	Общие принципы, которых придерживается предприятие в сфере установления цен на свои товары.
Назовите этапы формирования ценовой стратегии предприятия.	Сбор исходной информации; стратегический анализ; подготовка проекта ценовой стратегии предприятия.
К каким товарам применима стратегия «снятия сливок» (высоких цен)?	К новым товарам, не имеющим аналогов на начальной стадии жизненного цикла товаров; к товарам с патентной защитой; к товарам, по которым нет перспектив производства, в том числе из-за отсутствия мощностей. Она используется как временная стратегия и может быть способом апробации цены.
Когда применима стратегия нейтрального ценообразования (средних цен)?	На всех этапах жизненного цикла товара, кроме упадка, дает справедливую прибыль на вложенный капитал.
В каком случае оправдано применение стратегии проникновения (ценового прорыва, низких цен)?	Особенно эффективна при высокой эластичности спроса по цене.
На чем основаны стратегии дифференцированного ценообразования?	На неоднородности категорий покупателей и возможности продажи одного и того же товара по нескольким ценам.
На чем строятся стратегии конкурентного ценообразования.	На учёте в ценах конкурентоспособности предприятия.
Когда применяются стратегии ассортимента ценообразования?	Когда предприятие имеет набор аналогичных, сопряженных или взаимозаменяемых товаров.
Из чего исходит концепция жизненного цикла продукта?	Из того, что каждый продукт находится на рынке ограниченное время вследствие морального старения
Что характерно для стадии разработки и вступления товара на рынок?	Значительные научно-исследовательские, опытно-конструкторские и производственные затраты, отсутствие фактических конкурентов.
Тема 6. Методы ценообразования	

Метод ценообразования – это:	А) метод формирования цен на товары и услуги в рамках принятой стратегии; Б) способ построения цены.
Как предприятием выбирается метод ценообразования?	Самостоятельно.
Что представляет собой ценностное ценообразование?	Определенную последовательность действий, базирующуюся на учете воспринимаемой ценности товара в глазах потребителей и ее изменении под влиянием ряда факторов.
Исторически самая распространенная процедура ценообразования, связанная с финансовым благоразумием, которое обеспечивается с помощью установления цены в размере, достаточном для возмещения всех затрат и получения справедливого вознаграждения в виде начисления наценки на себестоимость товара – это?	Метод «средние издержки +прибыль».
Что является недостатком затратных методов?	Тот факт, что в большинстве отраслей промышленности невозможно определить себестоимость единицы продукции до установления цены на нее, так как себестоимость единицы изменяется в зависимости от объема. Затратные методы основаны на том, что как будто объем продаж зависит от цены.
При расчете цен на какую продукцию используются параметрические методы ценообразования?	При расчете цены на аналогичную продукцию, т.е. продукцию, удовлетворяющую одинаковую потребность и идентичную по физико-химическому составу.
На чем основан метод удельной цены?	На формировании цен по одному из данных параметров качества товара. Удельная цена получается как частное от деления цены на основной параметр качества товара.
В чем заключается ценовой метод баллов?	В использовании экспертных оценок значимости параметров товаров.
В чем состоит ценовой метод регрессии?	В определении эмпирических формул (регрессионных уравнений) зависимости цен от величин нескольких основных параметров качества в рамках параметрического ряда товаров.
В чем суть метода расчленения цен?	Суть метода заключается в том, что продавец объявляет на данный товар не один, а несколько ценовых показателей.
Тема 7. Риски в ценообразовании	
Почему изучаются риски в ценообразовании?	Потому что рыночная цена по своей экономической природе является величиной случайной.
В чем проявляется конструктивный аспект стимулирующей функции риска?	В том, что риск при решении экономических задач исполняет роль катализатора.
В чем проявляется деструктивный аспект стимулирующей функции риска?	В том, что принятие и реализация решений с необоснованным риском ведут к авантюризму.
В чем состоит историко-генетический аспект защитной функции риска?	В том, что люди всегда стихийно ищут формы и средства защиты от возможных нежелательных последствий. На практике это проявляется
	в создании страховых, резервных фондов, страховании предпринимательских рисков.
В чем состоит социально-правовой аспект защитной функции риска?	В необходимости внедрения в право категорий правомерности риска.
В чем суть диверсификации риска?	Этот метод, направленный на снижение риска путем распределения его между несколькими рискованными вариантами использования средств или получения дохода, результаты которых непосредственно не связаны друг с другом.
В чем суть объединения риска?	Это метод, направлен на снижение риска путем превращения случайных убытков в относительно небольшие постоянные издержки. Он лежит в основе страхования.

Что такое распределение риска?	метод, при котором риск вероятного ущерба делится между участниками таким образом, что возможные потери каждого относительно невелики.
Когда в договор поставки включается оговорка о возможности роста или снижения издержек?	Когда на цену большое влияние оказывает ряд внешних и внутренних факторов, обуславливающих рост затрат на производство.
Хеджирование – это:	Заключение сделок в целях страхования от неблагоприятных изменений цен по контрактам.

Критерии оценивания знаний студентов при устном экспресс-опросе:

- «зачтено» - вопрос раскрыт, студент свободно владеет материалом;
 - «не зачтено» - вопрос не раскрыт, студент не владеет материалом.
- Количество попыток ответов на вопрос при экспресс-опросе – одна.

Тестирование

Тестирование – это форма оперативного, объективного и сплошного измерения знаний обучающихся, выполняющая не только диагностическую функцию, нацеленную на выявлении уровня знаний, умений, навыков студента, но и обучающую и воспитательную функции, что, несомненно, повышает прикладную ценность тестирования. Обучающая функция тестирования состоит в мотивировании студента к активизации работы по усвоению учебного материала, с одной стороны, а с другой стороны, позволяет ему, задействовав резервы памяти, не только вспомнить, но и закрепить изучаемый материал. Воспитательная функция проявляется в периодичности и неизбежности тестового контроля, что дисциплинирует и организует работу студентов, помогает выявить и устранить пробелы в знаниях.

Тестирование формирует навыки по работе с учебным материалом и извлечению информации.

Тестовое задание (вопрос)	Ответы
Тема 1. Теоретико-методологические основы ценообразования	
1. Цена - это:	а) денежное выражение стоимости; б) денежное выражение себестоимости; в) денежное выражение затрат; г) нет верного ответа.
2. Какие функции выполняет цена?	а) регулирующую, б) регистрирующую, в) стимулирующую, г) статистическую, д) учебную.
3. Какие функции выполняет цена?	а) регулирующую, б) регистрирующую, в) учетную, г) статистическую, д) учебную.
4. Какие функции выполняет цена?	а) регулирующую, б) регистрирующую, в) распределительную, г) статистическую, д) учебную.

5. Какие функции выполняет цена?	а) сбалансированности спроса и предложения, б) регистрирующую,
	в) регулирующую, г) статистическую, д) учебную.
6. Что понимается под принципами ценообразования?	а) совокупность более частных правил построения цены, отражающих специфику отраслей, производств, продуктов; б) наиболее общие устойчивые правила ценообразования; в) наиболее принципиальная форма выражения цены; г) нет верного ответа.
7. Состоит в необходимости познания и учета в ценообразовании объективных экономических законов развития рыночной экономики.	а) принцип научной обоснованности цен; б) принцип целевой направленности цен; в) принцип непрерывности процесса ценообразования; г) принцип единства процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен.
8. Заключается в четком определении приоритетных экономических и социальных проблем, которые должны решаться с помощью цен:	а) принцип научной обоснованности цен; б) принцип целевой направленности цен; в) принцип непрерывности процесса ценообразования; г) принцип единства процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен.
9. Он выражается следующим образом: в своем движении от сырья до готового изделия продукция проходит ряд этапов, на каждом из которых она имеет свою цену; в действующие цены постоянно вносятся изменения и дополнения в связи со снятием с производства устаревших товаров и освоением новых. Это:	а) принцип научной обоснованности цен; б) принцип целевой направленности цен; в) принцип непрерывности процесса ценообразования; г) принцип единства процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен.
10. Заключается в государственном регулировании цен на продукцию и услуги отраслей и предприятий- монополистов в сфере транспорта, связи, газа, электроэнергетики:	а) принцип научной обоснованности цен; б) принцип целевой направленности цен; в) принцип непрерывности процесса ценообразования; г) принцип единства процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен.
Тема 2. Ценообразующие факторы	
1. Колебание цен зависит от следующих факторов:	а) затрат производства, б) изменения спроса и предложения, в) отдаленности рынка сбыта, г) стоимости упаковки.
2. По характеру участия в производственном процессе затраты подразделяются на:	а) основные и косвенные, б) прямые и косвенные, в) постоянные и переменные; г) нет правильного ответа.
3. По способу отнесения на себестоимость отдельного вида продукции издержки подразделяются на:	а) основные и косвенные, б) прямые и косвенные, в) постоянные и переменные, г) нет правильного ответа.
4. Основные затраты связаны с:	а) обслуживанием производства, б) производственным процессом, в) реализацией; г) нет правильного ответа.
5. Косвенные расходы включаются в себестоимость путем:	а) сокращения, б) распределения, в) целевой направленности, г) объединения.

6. Технологическая себестоимость - это:	а) сумма транспортных расходов, б) сумма затрат на осуществление технологического процесса, в) сумма затрат на выплату зарплаты, г) нет правильного ответа.
7. Полная себестоимость - это:	а) сумма затрат на производство, б) затраты цеха на производство, в) сумма затрат на производство и сбыт, г) нет правильного ответа.
8. Условно-постоянные затраты:	а) зависят от объема производства продукции, б) не зависят от объема продукции в) не изменяются пропорционально изменению объема производства продукции, г) нет правильного ответа.
9. В себестоимости единицы продукции постоянные затраты изменяются:	а) прямо пропорционально изменению объема производства, б) обратно пропорционально изменению объема производства, в) не изменяются с изменением объема производства, г) нет правильного ответа.
10. Себестоимость продукции образуют:	а) переменные затраты, б) условно-постоянные затраты, в) сумма условно-постоянных и условно-переменных затрат, г) нет правильного ответа.
11. Переменные затраты:	а) изменяются пропорционально объему выпускаемой продукции, б) не изменяются с изменением объема производства, в) изменяются обратно пропорционально изменению объема выпускаемой продукции, г) нет правильного ответа.
12. Для определения себестоимости пользуются группировкой:	а) затрат по статьям калькуляции; б) доходов; в) изделий; г) нет правильного ответа.
13. К внутренним ценообразующим факторам относятся:	а) все факторы; б) зависящие от предприятия; в) не зависящие от предприятия; г) нет правильного ответа.
Тема 3. Государственная ценовая политика и регулирование цен	
1. Косвенные методы регулирования цен:	а) установление предельного норматива рентабельности; б) изменение акцизной ставки; в) установление паритетных цен; г) введение рекомендательных цен по важнейшим видам продукции.
2. Политика фиксированных цен заключается в продаже товара по ценам ...	а) утверждённым руководством предприятия; б) ниже себестоимости; в) определяемым торговым посредником; г) нет правильного ответа.
3. Регулирование государством цен посредством установления условий ценообразования осуществляется в формах ...	а) установления государственных преискуранных цен; б) установления максимального уровня разового повышения цен; в) замораживания цен; г) государственного контроля за монопольными ценами.
4. Декларирование цен – это ...	а) вид ценовой стратегии; б) форма государственного контроля за ценами на продукцию предприятий-монополистов; в) форма ценовой конкуренции; г) нет

	правильного ответа.
5. Формы ограничения степени самостоятельности предприятий со стороны государства при свободных ценах:	а) фиксирование предельного уровня цен; б) фиксирование цен; в) запрещение демпинга; г) замораживание рыночных цен.
6. Воздействовать на динамику цен в рыночной экономике государство ...	а) не способно; б) имеет возможность; в) не имеет возможности; г) нет правильного ответа.
7. Государственное регулирование ценообразования отсутствует на ...	а) модную брендовую одежду и обувь; б) хлеб и хлебобулочные изделия; в) топливо твердое, реализуемое населению; г) тарифы на городские виды транспорта.
8. Государство устанавливает верхний лимит цен для ...	а) решения социальных вопросов; б) обеспечения необходимой прибыли предприятия; в) стимулирования научно-технического прогресса; г) фискальных целей.
9. Органами исполнительной власти субъектов РФ регулируются цены на ...	а) драгоценные камни; б) социальные услуги, предоставляемые гражданам государственными организациями социального обслуживания; в) протезно – ортопедические изделия; г) транспортировка нефти и нефтепродуктов по магистральным трубопроводам.
10. Регулирование цен со стороны государства в условиях рыночной экономики...	а) не осуществляется; б) необходимо на ограниченный перечень товаров и услуг; в) желательно только на предметы потребления; г) необходимо только на продукты питания.
11. В России стратегия монополистического ценообразования ...	а) разрешается; б) запрещена законом; в) разрешена для физических лиц; г) нет правильного ответа.
12. Регулирование цен на продукцию предприятий – монополистов может осуществляться в форме применения каких цен?	а) скользящих; б) предельных; в) преysкурантных; г) сезонных.
13. Либерализация цен в России началась в каких годах XX века?	а) 30-х гг. б) 90-х гг. в) 60-х гг. г) нет правильного ответа.
14. Выберите сферы деятельности естественных монополий:	а) производство черных металлов; б) железнодорожные перевозки; в) добыча нефти, природного газа, угля и других топливно- энергетических ресурсов; г) осуществление морских перевозок нефтетанкерами.
15. Правительством РФ и федеральными органами исполнительной власти регулируются цены на какие товары (работы, услуги)?	а) товары народного потребления первой необходимости; б) перевозки пассажиров метрополитеном; в) продукцию оборонного назначения; г) топливо и керосин, реализуемые населению.
Тема 4. Система цен	
1. Ступенчатые цены являются разновидностью:	а) постоянных, б) временных, в) разовых, г) поясности.

2. Какие цены устанавливает торговая организация для реализации товаров населению?					а) оптовые, б) розничные, в) базовые, г) все выше перечисленные.
3. Когда продавец старается охватить все стадии движения товара до потребителя, то он использует:					а) структурно более полные цены, б) структурно менее полные цены.
4. Какие цены в рыночных условиях устанавливаются производителем товара самостоятельно?					а) преysкуранные, б) цены каталога, в) цены НЕТТО, г) свободные.
5. Какие цены устанавливаются в договоре между продавцом и покупателем по согласованию сторон?					а) цены продавца, б) цены покупателя, в) договорные цены, г) верны а) и б).
6. Фиксированные цены:					а) утверждаются государством и местными органами власти как постоянные и действуют на протяжении определенного времени, б) устанавливаются в договоре между продавцом и покупателем по согласованию сторон, в) официальные цены, публикуемые в каталогах и проспектах фирм оптовой торговли, г) в рыночных условиях устанавливаются производителем товара самостоятельно.
7. Фактическая денежная сумма покупки товара на рынке, по которой осуществляются сделки купли-продажи или по которым покупатель готов приобрести товар, - это:					а) свободная цена, б) цена каталога, в) цена покупателя, г) договорная цена.
8. Цена, указанная в контракте, может быть:					а) твердая, б) свободная, в) скользящая, г) ответы а) и в).
9. Цена товара, которая устанавливается в ходе исполнения контракта на поставку соответствующего товара к моменту осуществления экспортной операции, является:					а) твердой, б) с последующей фиксацией, в) индикативной, г) демпинговой.
10. Скользящая цена:					а) указывается в контракте на определенную календарную дату, б) зависит от изменения экономического положения страны-экспортера, в) существенно более низкая, чем при обычных коммерческих операциях, г) неизменна за период с момента подписания контракта до поступления товара к покупателям.
11. Определите долю себестоимости в розничной цене, если себестоимость продукции составляет 50 руб., приемлемая рентабельность 45%, ставка НДС 20%, розничная наценка 15%:					а) 52%; б) 53%; в) 45%; г) нет правильного ответа.
12. Определите среднюю цену за единицу продукции за полугодие, если известны цены по состоянию на: 01.01.2020 г. – 654 руб., 01.02.2020 г. – 678 руб., 01.04.2020 г. – 642 руб., 01.05.2020 г. – 636 руб.					а) 670,4 руб.; б) 656,25 руб.; в) 654,4 руб.; г) рассчитать нельзя.
13. Определите среднюю цену 1 кг продукции в 1 квартале года, если:					а) 30,82 руб.; б) 28,33 руб.; в) 32 руб.; г) нет правильного ответа.
	Показатели	Январь	Февраль	Март	
	Среднемесячная цена за 1 кг, руб.	28	30	32	
	Реализовано, кг	18000	2500	45000	
14. В начале мая цена 1 кг продукции составляла 180 руб., с 12 мая она повысилась до 190 руб., а с 15					а) 192,51 руб.; б) 195 руб.;

мая возросла на 15 руб., затем с 20 мая сократилась на 10 руб. и до конца месяца оставалась неизменной. Определите средний уровень цены за май:	в) 190,81 руб.; г) нет правильного ответа.
15. Есть ли смысл заниматься посреднической деятельностью, если цена закупки товара 16 руб., предел рыночных цен 22 руб., а приемлемая минимальная рентабельность торгового предприятия 20%?	а) да; б) нет.
16. Оптовая отпускная цена товара включает в себя:	а) себестоимость, прибыль; б) себестоимость, прибыль, косвенные налоги; в) себестоимость, прибыль, косвенные налоги, торговая надбавка; г) нет правильного ответа.
Тема 5. Ценовая политика предприятия и выбор ценовой стратегии	
1. Сбор исходной информации; стратегический анализ; подготовка проекта ценовой стратегии предприятия – это:	а) этапы выбора ценовой политики, б) этапы формирования ценовой стратегии предприятия, в) этапы формирования цены, г) нет правильного ответа.
2. На каком этапе выработки ценовой стратегии устанавливается допустимый уровень сокращения объема продаж в случае повышения цены прежде, чем общий выигрыш предприятия снизится до существующего уровня?	а) на этапе стратегического анализа в рамках финансового анализа, б) на этапе стратегического анализа в рамках сегментного анализа, в) на этапе стратегического анализа в рамках анализа конкуренции, г) нет правильного ответа.
3. На особенностях переменных и постоянных затрат по сделке основана:	а) стратегия скидки на втором рынке; б) стратегия периодической скидки; в) стратегия случайной скидки; г) стратегия ценовой дискриминации.
4. Базируется на преимуществах приобретенного опыта и относительно низких затратах по сравнению с конкурентами:	а) стратегия проникновения на рынок; б) стратегия по «кривой освоения»; в) стратегия сигнализирования ценами; г) географическая стратегия.
5. Основана на разной оценке покупателями одного или нескольких товаров фирмы:	а) стратегия «набор»; б) стратегия «комплект»; в) стратегия «выше номинала»; г) стратегия «имидж».
6. На особенностях спроса различных категорий покупателей основана:	а) стратегия скидки на втором рынке; б) стратегия периодической скидки; в) стратегия случайной скидки; г) стратегия ценовой дискриминации.
7. Строится на использовании фирмой доверия покупателя к ценовому механизму, созданному конкурирующими предприятиями:	а) стратегия проникновения на рынок; б) стратегия по «кривой освоения»; в) стратегия сигнализирования ценами; г) географическая стратегия.
8. Используется, когда покупатели ориентируются на качество исходя из цен на взаимозаменяемые товары:	а) стратегия «набор»; б) стратегия «комплект»; в) стратегия «выше номинала»; г) стратегия «имидж».
9. Согласно этой стратегии предприятие предлагает в одно и то же время один и тот же товар (услугу) по разным ценам разным категориям покупателей:	а) стратегия скидки на втором рынке; б) стратегия периодической скидки; в) стратегия случайной скидки; г) стратегия ценовой дискриминации.
10. Применяется, когда предприятие сталкивается с неравномерностью спроса на заменяемые товары и когда оно может получить дополнительную прибыль за счет	а) стратегия «набор»; б) стратегия «комплект»; в) стратегия «выше номинала»; г) стратегия

роста масштабов производства:	«имидж».
Тема 6. Методы ценообразования	
1. Определите, при каком минимальном уровне цены на продукцию предприятие получит прибыль на уровне 20000 руб. за данный период при плановом объеме производства 1400 шт. продукции, если среднепеременные издержки предприятия составляют 10 руб., постоянные издержки составляют 36000 руб. за период:	а) 8 руб.; б) 7 руб.; в) 10 руб.; г) нет правильного ответа.
2. Эти методы ценообразования базируются главным образом на учете внутрипроизводственных условий предприятия:	а) метод текущих цен; б) методы психологического ценообразования; в) расчетные методы; г) ценностное ценообразование.
3. Какой метод ценообразования заключается в максимизации разницы между ценностью, создаваемой для клиентов, и издержками?	а) метод текущих цен; б) методы психологического ценообразования; в) расчетные методы; г) нет правильного ответа.
4. Базируются на активном использовании особенностей психологии покупателей, поэтому наиболее широко применяются при продаже потребительской продукции и обстоятельно рассматриваются в системе маркетинга:	а) метод текущих цен; б) методы психологического ценообразования; в) расчетные методы; г) ценностное ценообразование.
5. Как называется метод формирования исходной (ориентировочной, отправной) цены на товар на основе изучения прейскурантов цен на товары конкурентов?	а) метод текущих цен; б) метод психологического ценообразования; в) расчётный метод; г) ценностное ценообразование.
6. Что представляет собой определенную последовательность действий, базирующуюся на учете воспринимаемой ценности товара в глазах потребителей и ее изменении под влиянием ряда факторов?	а) метод текущих цен; б) методы психологического ценообразования; в) расчетные методы; г) ценностное ценообразование.
7. Используются при расчёте цены на аналогичную продукцию, т.е. продукцию, удовлетворяющую одинаковую потребность и идентичную по физико-химическому составу:	а) затратные методы ценообразования; б) параметрические методы ценообразования; в) метод текущих цен; г) нет правильного ответа.
8. Реализуются с помощью установления цены в размере, достаточном для возмещения всех затрат и получения справедливого вознаграждения в виде начисления наценки на себестоимость товара:	а) затратные методы ценообразования; б) параметрические методы ценообразования; в) метод текущих цен; г) нет правильного ответа.
9. Этот метод заключается в использовании экспертных оценок значимости параметров товаров:	а) затратный метод; б) метод баллов; в) метод текущих цен; г) нет правильного ответа.
10. Этот метод основан на формировании цен по одному из параметров качества товара:	а) затратный метод; б) метод удельной цены; в) метод текущих цен; г) нет правильного ответа.
Тема 7. Риски в ценообразовании	
1. Метод, направленный на снижение риска путем превращения случайных убытков в относительно небольшие постоянные издержки – это:	а) диверсификация риска; б) объединение риска; в) распределение риска; г) нет правильного ответа.
2. Метод, направленный на снижение риска путем распределения его между несколькими рискованными вариантами использования средств или получения дохода, результаты которых непосредственно не связаны друг с другом – это:	а) диверсификация риска; б) объединение риска; в) распределение риска; г) нет правильного ответа.

3. Этот метод лежит в основе страхования:	а) диверсификация риска; б) объединение риска; в) распределение риска; г) нет правильного ответа.
4. Метод, при котором риск вероятного ущерба делится между участниками таким образом, что возможные потери каждого относительно невелики:	а) диверсификация риска; б) объединение риска; в) распределение риска; г) нет правильного ответа.
5. Из какой теории риска следует, что верная (практически гарантированная) прибыль всегда имеет большую полезность, чем прибыль того же ожидаемого размера, но связанная с возможными колебаниями?	А) из классической теории риска; Б) из неоклассической теории риска.

Технология оценивания тестирования: оценивание текущего тестирования осуществляется по номинальной шкале – за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный – ноль. Общая оценка каждого теста осуществляется посредством отношения количества правильных ответов к общему числу вопросов в тесте, выраженного в процентах, по шкале: «зачтено», «не зачтено».

Критерии формирования оценок при тестировании:

«зачтено» – получают студенты с правильным количеством ответов на тестовые вопросы – 100 – 60 % от общего объема заданных тестов;

«не зачтено» – получают студенты с правильным количеством ответов на тестовые вопросы – 0 – 59,9 % от общего объема предложенных тестовых заданий.

Время прохождения тестов определяется временем ответа на один вопрос (1 минута) и количеством тестовых вопросов по теме.

Количество попыток прохождения теста ограничено только временем официальных консультаций преподавателя.