



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФГБОУ ВО «ИГУ»

Факультет бизнес-коммуникаций и информатики

Кафедра сервиса и сервисных технологий

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине Б1.О.24 Ценообразование

направление подготовки 43.03.01 Сервис

направленность (профиль) Организационно-управленческая деятельность и технологии
продвижения в сфере персональных услуг и гостинично-
ресторанного сервиса

Одобрено
УМК факультета бизнес-коммуникаций
и информатики

Разработан в соответствии с ФГОС ВО

с учетом требований проф. стандарта

Председатель УМК

В.К. Карнаухова

ФИО, должность, ученая степень, звание

подпись, печать

Разработчики:



(подпись)

старший преподаватель

(занимаемая должность)

Н.В. Светник

(инициалы, фамилия)

Цель фонда оценочных средств. Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Б1.О.24 Ценообразование». Перечень видов оценочных средств соответствует рабочей программе дисциплины.

Фонд оценочных средств включает контрольные материалы для проведения текущего контроля (в следующих формах: тест, устный опрос, практическое задание, реферат, решение задач, доклад/презентация) и промежуточной аттестации в форме вопросов и заданий к зачету с оценкой.

Структура и содержание заданий – задания разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины «Б1.О.24 Ценообразование».

1. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ОПК-5 Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ОПК-5.1	Определяет, анализирует, оценивает производственно-экономические показатели предприятий сферы услуг
	ОПК-5.2	Принимает экономически обоснованные управленческие решения
	ОПК-5.3	Обеспечивает экономическую эффективность предприятия сферы услуг

2. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкалы оценивания

2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций

№ п/п	Раздел, тема	Код индикатора компетенции	Наименование ОС	
			ТК	ПА
1	Основные понятия ценообразования	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Тест, УО, Пз	Тест
2	Эластичность спроса и ценообразование	ОПК-5.1	Тест, Реф	Тест
3	Цена и покупательское поведение	ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-5.1	Тест, Пз	Тест
4	Государственное регулирование цен	ОПК-5.3, ОПК-5.2, ОПК-5.1	Тест, Реф, Пз	Тест
5	Методы затратного ценообразования	ОПК-5.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2	Тест, РЗ	Тест
6	Методы ценностного ценообразования	ОПК-5.2, ОПК-5.1, ОПК-5.3	Тест, Пз, РЗ	Тест
7	Конкурентный метод ценообразования	ОПК-5.2, ОПК-5.1, ОПК-5.3	Тест, РЗ, Реф	Тест

№ п/п	Раздел, тема	Код индикатора компетенции	Наименование ОС	
			ТК	ПА
8	Стратегия ценообразования. Инновационные аспекты ценообразования	ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-5.1	Тест, Пз	Тест
9	Специфика успешного ценообразования в сфере персональных услуг и гостинично-ресторанном сервисе	ОПК-5.3, ОПК-5.2	Тест, Д	Тест

2.2. Критерии оценивания результатов обучения для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочное средство	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Тест	Студентом даны правильные ответы на 91-100% заданий	Отлично
	Студентом даны правильные ответы на 81-90% заданий	Хорошо
	Студентом даны правильные ответы на 71-80% заданий	Удовлетворительно
	Студентом даны правильные ответы менее чем на 70% заданий	Неудовлетворительно
Устный опрос	1. Знает понятия основных разделов программы изучаемого курса; 2. Приобрел необходимые умения и навыки, освоил вопросы практического применения полученных знаний, не допустил фактических ошибок при ответе; 3. Достаточно последовательно и логично излагает теоретический материал, допуская лишь незначительные нарушения последовательности изложения и некоторые неточности; 4. Показывает всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение уверенно применять их	Зачтено
	1. Фрагментарные знания базовых понятий; 2. Слабо выражена способность к самостоятельному аналитическому мышлению, имеются затруднения в изложении материала, отсутствуют необходимые умения и навыки; 3. Допущены грубые ошибки и незнание терминологии, отказ отвечать на дополнительные вопросы, знание которых необходимо для получения положительной оценки; 4. Ответ содержит существенные пробелы в знаниях основного содержания темы	Незачтено
Практическое задание	Задание выполнено верно. Выбран оптимальный путь решения. Присутствует развернутое описание алгоритма решения	Отлично
	Задание выполнено верно. Допущены негрубые логические ошибки при описании алгоритма решения. Отсутствуют пояснения к решению задания	Хорошо
	Ход решения задания верный, но допущены ошибки приведшие к неправильному ответу	Удовлетворительно
	В работе получен неверный ответ, связанный с грубыми ошибками допущенными в ходе решения, либо решение отсутствует полностью	Неудовлетворительно

Оценочное средство	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Реферат	<p>Реферат должен проявлять глубокий аналитический подход к теме и иметь оригинальные идеи и решения. Реферат должен иметь четкую логическую последовательность высказываний и аргументов, а также грамотно использовать литературные источники для подтверждения своих выводов. Реферат должен быть написан грамотно и отличаться полнотой изложения, чтобы читателю было легко понимать идеи автора. Реферат должен соответствовать требованиям технического оформления и содержать правильно составленный список литературы. Реферат должен выделяться творческим подходом, индивидуальностью и оригинальностью мышления, а также демонстрировать самостоятельность автора в выборе и изучении темы</p>	Отлично
	<p>Реферат должен быть написан в соответствии с поставленной задачей, а также соответствовать теме работы. Реферат должен быть грамотно написан, с четкой логической структурой, чтобы читатель мог легко понять основные идеи и аргументы. В работе должны быть использованы достоверные научные источники, такие как книги, журналы, диссертации, подтверждающие высказанные в работе идеи. Реферат должен содержать аналитическую составляющую и демонстрировать способность автора анализировать информацию и выделять основные тенденции и закономерности. Реферат должен соответствовать требованиям по оформлению, включая правильно оформленный список литературы и другие требования, указанные преподавателем</p>	Хорошо
	<p>Реферат должен соответствовать теме работы и содержать ответы на поставленные задачи. Реферат должен быть написан грамотно и содержать соответствующее оформление (шрифт, интервал, отступы и др.). Реферат должен быть выполнен без грубых ошибок, таких как орфографические, пунктуационные или лексические ошибки. Реферат должен содержать список использованной литературы, который выполнен в соответствии с требованиями, определенными преподавателем. Реферат должен содержать правильно изложенную информацию, которая демонстрирует понимание темы и ответы на поставленные вопросы</p>	Удовлетворительно
	<p>Реферат не соответствует поставленной теме или не содержит ответов на поставленные вопросы. Реферат написан неграмотно, содержит ошибки и не соответствует требованиям по оформлению. Реферат содержит грубые ошибки, такие как крупные ошибки пунктуации, орфографические или грамматические ошибки. Реферат не содержит списка использованной литературы или список не выполнен в соответствии с требованиями, определенными преподавателем. Реферат содержит неправильно изложенную информацию, содержащую фактические ошибки, логические ошибки или ошибки в выводах и аргументах</p>	Неудовлетворительно
Решение задач	<p>Решение задачи выполнено верно. Выбран оптимальный путь решения. Присутствует развернутое описание алгоритма решения</p>	Зачтено
	<p>В задаче получен неверный ответ, связанный с грубыми ошибками допущенными в ходе решения, либо решение отсутствует полностью</p>	Незачтено

Оценочное средство	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Доклад/презентация	Обучающийся демонстрирует исчерпывающее знание материала и последовательно, четко и логично излагает материал, хорошо ориентируется в материале, не затрудняется с ответом на сопутствующие вопросы	Отлично
	Обучающийся демонстрирует знание материала, не допускает существенных неточностей. Ответы на дополнительные вопросы в целом верные, но содержащие отдельные пробелы	Хорошо
	Обучающийся демонстрирует знания только основного материала, но не знает деталей, допускает неточности как в докладе, так и в ответах на вопросы	Удовлетворительно
	Обучающийся не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале, допускает существенные ошибки, выступает неуверенно, с большими затруднениями	Неудовлетворительно

2.3. Оценочные средства для текущего контроля (примеры)

2.3.1. Материалы для компьютерного тестирования обучающихся

Общие критерии оценивания

Процент правильных ответов	Оценка
91% – 100%	5 (отлично)
81% – 90%	4 (хорошо)
71% – 80%	3 (удовлетворительно)
Менее 70%	2 (неудовлетворительно)

Соответствие вопросов теста индикаторам формируемых и оцениваемых компетенций

№ вопроса в тесте	Код индикатора компетенции
1	ОПК-5.2
2	ОПК-5.2
3	ОПК-5.3
4	ОПК-5.3
5	ОПК-5.2
6	ОПК-5.1
7	ОПК-5.2
8	ОПК-5.3
9	ОПК-5.2
10	ОПК-5.1
11	ОПК-5.1
12	ОПК-5.3
13	ОПК-5.2
14	ОПК-5.2
15	ОПК-5.2
16	ОПК-5.3

№ вопроса в тесте	Код индикатора компетенции
17	ОПК-5.1
18	ОПК-5.1
19	ОПК-5.1
20	ОПК-5.3

Ключ ответов

№ вопроса в тесте	Номер ответа (или ответ, или соответствие)
1	a
2	c
3	d
4	b
5	d
6	a
7	a
8	a
9	a, b, e
10	c
11	a
12	a
13	c, d
14	b
15	a
16	a
17	b
18	d
19	b
20	c, d

Перечень тестовых вопросов

№ 1. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Выберите вариант, где участники экономической деятельности, устанавливающие цены, указаны верно

- a. Государство, поставщик, продавец, производитель
- b. Государство, поставщик, производитель, покупатель, продавец
- c. Поставщик, покупатель, продавец

№ 2. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Компании могут повышать цены, не теряя потребителя, если:

- a. Если характеристики товара/услуги превосходят аналогичные у конкурентов
- b. Целевая аудитория готова и может платить больше
- c. Все варианты верны

d. Ведется соответствующая маркетинговая поддержка

№ 3. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Пример магической цены – это

- a. 17 777 р.
- b. 600 р.
- c. 1 505 р.
- d. 25 999 р.

№ 4. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Банк России стал выдавать коммерческим банкам денежные средства под большой процент. После этого коммерческие банки подняли стоимость кредитов для предприятий и населения, и стали расти цены на услуги предприятий. Это пример:

- a. Установления рекомендательных цен
- b. Связи между ставкой рефинансирования и ценообразованием предприятий
- c. Ужесточения финансово-экономической политики, напрямую влияющей на цены

№ 5. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Установка и изменение цен вслед за доминирующей на рынке компанией – основная черта какого метода ценообразования?

- a. Метод установления текущих цен
- b. Тендерный метод
- c. Престижное ценообразование
- d. Метод следования за ценовым лидером

№ 6. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

К переменным издержкам кафе обычно не относятся:

- a. Затраты на арендную плату
- b. Затраты на вывоз мусора
- c. Затраты на сахар
- d. Затраты на кофе и молоко

№ 7. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Процесс принятия рационального решения о покупке начинается с:

- a. Осознания проблемы
- b. Оценки альтернативных вариантов
- c. Поиска информации
- d. Оценки собственных возможностей

№ 8. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Стратегию "стабильных цен" может эффективно использовать какая организация?

- a. Элитный курорт с многолетней историей
- b. Стандартный супермаркет
- c. Сетевой фитнес-клуб
- d. Модный салон красоты "среднего класса"

№ 9. Задание с множественным выбором. Выберите 3 правильных ответа.

К основным целям государственного регулирования экономики относятся (-ятся):

- a. Перераспределения прибыли между предприятиями
- b. Сдерживание роста цен на некоторые группы товаров/услуг
- c. Сдерживание роста цен на все товары/услуги
- d. Предоставление дешевых кредитов физическим и юридическим лицам
- e. Создание стимулов для повышения эффективности производства

№ 10. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Вид конкуренции, когда весь рынок поделен между несколькими крупными компаниями, обычно называется

- a. Совершенной конкуренцией
- b. Монополистической конкуренцией
- c. Олигополией
- d. Монополией

№ 11. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Посчитайте минимальную цену товара А по методу полных издержек. Если известны затраты на сырье и материалы – 50 000 р., затраты на арендную плату – 12 000 р., затраты на реализацию – 20 000 р., норма прибыли – 55 000 р.

- a. 137 000
- b. 52 000
- c. 100 000
- d. 82 000

№ 12. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Пример прямого государственного регулирования цен – это:

- a. Установление предельного норматива рентабельности
- b. Антимонопольное законодательство
- c. Обменный курс валют
- d. Система налогообложения

№ 13. Задание с множественным выбором. Выберите 2 правильных ответа.

Организация планирует работать на рынке монополистической конкуренции. Важно учесть какие типичные особенности такого рынка при ценообразовании?

- a. Сильный контроль антимонопольной службы
- b. Высокие барьеры для входа на рынок
- c. Наличие большого числа конкурентов
- d. Разнообразный ассортимент продуктов

№ 14. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Главный недостаток стратегии ценообразования «среднерыночных цен»?

- a. Низкий спрос на начальном этапе продаж
- b. Сложность выделения товара/бренда среди похожих
- c. Высокая угроза ценовой войны

№ 15. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Какой параметрический метод ценообразования используется для расчета цен на товары, потребительская ценность которых характеризуется многими параметрами?

- a. Метод балльных параметрических оценок
- b. Метод удельной цены
- c. Агрегатный метод
- d. Метод корреляционно-регрессионного анализа

№ 16. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

В каких случаях организации следует повышенное внимание уделять исследованию потребителей при ценообразовании?

- a. Все варианты верны
- b. Отсутствие (минимум) конкурентов
- c. Производство продукта-новинки
- d. Производство уникального продукта

№ 17. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Верно ли высказывание: цена – количество денег, процентов, за которое продавец согласен продать товар?

- a. Да, высказывание верно
- b. Не совсем, высказывание не полное
- c. Нет, высказывание не верно

№ 18. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Эластичность спроса по цене показывает

- a. Насколько увеличится цена при изменении спроса на 1%
- b. Насколько увеличится или уменьшится цена при изменении спроса на 1%
- c. Насколько увеличится спрос при изменении цены на 1%
- d. Насколько увеличится спрос при изменении цены на 1%

№ 19. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Примером описания функциональной ценности автомобиля не является:

- a. Время разгона до 100 км/ч
- b. Бренд класса «люкс»
- c. Пробег
- d. Мощность двигателя

№ 20. Задание с множественным выбором. Выберите 2 правильных ответа.

Главные минусы затратного ценообразования:

- a. Простота расчетов
- b. Доступность информации внутри компании
- c. Игнорирование спроса
- d. Игнорирование ценности продукта

2.3.2. Вопросы для коллоквиумов, собеседования для оценки компетенции

«ОПК-5.1»

№ 1. Основные понятия ценообразования.

Примерный перечень вопросов (тема 1):

— Что такое справедливая цена, по Аристотелю?

— Какие факторы производства и как именно могут повлиять на цену?

- Как работает теория предельной полезности в отношении цены?
- В чем суть теории спроса и предложения в отношении цены?
- Какие бывают функции цен?
- Какие бывают классификации цен?
- Кто может устанавливать цены, а кто - влиять на них?
- Как цена связана с коммерческой, маркетинговой политикой организации?

2.3.3. Рефераты для оценки компетенции «ОПК-5.1»

№ 2. Эластичность спроса и ценообразование.

Подготовить реферат на тему "Эластичность спроса и ценообразование", необходимо раскрыть вопросы:

- Понятие эластичности
- Эластичность спроса по цене
- Перекрестная эластичность спроса
- Эластичность спроса по доходам
- Расчет коэффициентов эластичности

№ 3. Государственное регулирование цен.

2.3.4. Рефераты для оценки компетенции «ОПК-5.2»

№ 4. Государственное регулирование цен.

№ 5. Конкурентный метод ценообразования.

2.3.5. Рефераты для оценки компетенции «ОПК-5.3»

№ 6. Конкурентный метод ценообразования.

2.3.6. Практические задания для оценки компетенции «ОПК-5.1»

№ 7. Цена и покупательское поведение.

№ 8. Стратегия ценообразования. Инновационные аспекты ценообразования.

2.3.7. Практические задания для оценки компетенции «ОПК-5.2»

№ 9. Цена и покупательское поведение.

2.3.8. Практические задания для оценки компетенции «ОПК-5.3»

№ 10. Цена и покупательское поведение.

2.3.9. Задачи для оценки компетенции «ОПК-5.1»

№ 11. Методы затратного ценообразования.

№ 12. Методы ценностного ценообразования.

2.3.10. Задачи для оценки компетенции «ОПК-5.2»

№ 13. Методы затратного ценообразования.

№ 14. Методы ценностного ценообразования.

2.3.11. Задачи для оценки компетенции «ОПК-5.3»

№ 15. Методы ценностного ценообразования.

2.3.12. Доклады/презентации для оценки компетенции «ОПК-5.1»

№ 16. Доклад с мультимедийной презентацией.

Подготовить практикоориентированный доклад-презентацию.

Примерные темы:

1. Инновации в ценообразовании.
2. Программное обеспечение в ценообразовании.
3. Информационные технологии и ценообразование.
4. Роль ценообразования в позиционировании и дифференциации цен на товары/услуги.
5. Факторы, обеспечивающие успешное применение стратегий конкурентного ценообразования. Трудности в использовании стратегий конкурентного ценообразования.
6. Стратегии дифференцированного ценообразования.
7. Ценовая политика предприятия (по направлению обучения).
8. Планирование, особенности, успешное проведение ценовых войн.
9. Ценообразование на протяжении жизненного цикла компании.
10. Цена и ценность. Способы повышения ценности товара/услуги.
11. Зачем покупателям платить больше или как правильно повышать цены на товары/услуги?
12. Способы презентации цены, способствующие появлению положительных реакций у потребителей товаров/услуг.
13. Понятие и назначение ключевых индикаторов цены (KVI). Понятие и назначение товаров первой цены (ТПЦ).
14. Положительное и отрицательное влияние репутации компании (бренда) на стоимость ее товаров/услуг.
15. Секреты успешного ценообразования (с примерами).
16. Ценообразование и продвижение в социальных сетях.
17. Ценообразование на современные интернет-продукты и/или товары и услуги, потребляемые с помощью интернета (онлайн-магазины, приложение и пр.) и/или в формате онлайн (образовательные курсы, программные продукты, реклама, игры и пр.).

2.3.13. Доклады/презентации для оценки компетенции «ОПК-5.2»

№ 17. Доклад с мультимедийной презентацией.

Подготовить практикоориентированный доклад-презентацию.

Примерные темы:

1. Инновации в ценообразовании.
2. Программное обеспечение в ценообразовании.
3. Информационные технологии и ценообразование.
4. Роль ценообразования в позиционировании и дифференциации цен на товары/услуги.
5. Факторы, обеспечивающие успешное применение стратегий конкурентного ценообразования. Трудности в использовании стратегий конкурентного ценообразования.
6. Стратегии дифференцированного ценообразования.
7. Ценовая политика предприятия (по направлению обучения).
8. Планирование, особенности, успешное проведение ценовых войн.
9. Ценообразование на протяжении жизненного цикла компании.

10. Цена и ценность. Способы повышения ценности товара/услуги.
11. Зачем покупателям платить больше или как правильно повышать цены на товары/услуги?
12. Способы презентации цены, способствующие появлению положительных реакций у потребителей товаров/услуг.
13. Понятие и назначение ключевых индикаторов цены (KVI). Понятие и назначение товаров первой цены (ТПЦ).
14. Положительное и отрицательное влияние репутации компании (бренда) на стоимость ее товаров/услуг.
15. Секреты успешного ценообразования (с примерами).
16. Ценообразование и продвижение в социальных сетях.
17. Ценообразование на современные интернет-продукты и/или товары и услуги, потребляемые с помощью интернета (онлайн-магазины, приложение и пр.) и/или в формате онлайн (образовательные курсы, программные продукты, реклама, игры и пр.).

2.3.14. Доклады/презентации для оценки компетенции «ОПК-5.3»

№ 18. Доклад с мультимедийной презентацией.

Подготовить практикоориентированный доклад-презентацию.

Примерные темы:

1. Инновации в ценообразовании.
2. Программное обеспечение в ценообразовании.
3. Информационные технологии и ценообразование.
4. Роль ценообразования в позиционировании и дифференциации цен на товары/услуги.
5. Факторы, обеспечивающие успешное применение стратегий конкурентного ценообразования. Трудности в использовании стратегий конкурентного ценообразования.
6. Стратегии дифференцированного ценообразования.
7. Ценовая политика предприятия (по направлению обучения).
8. Планирование, особенности, успешное проведение ценовых войн.
9. Ценообразование на протяжении жизненного цикла компании.
10. Цена и ценность. Способы повышения ценности товара/услуги.
11. Зачем покупателям платить больше или как правильно повышать цены на товары/услуги?
12. Способы презентации цены, способствующие появлению положительных реакций у потребителей товаров/услуг.
13. Понятие и назначение ключевых индикаторов цены (KVI). Понятие и назначение товаров первой цены (ТПЦ).
14. Положительное и отрицательное влияние репутации компании (бренда) на стоимость ее товаров/услуг.
15. Секреты успешного ценообразования (с примерами).
16. Ценообразование и продвижение в социальных сетях.
17. Ценообразование на современные интернет-продукты и/или товары и услуги, потребляемые с помощью интернета (онлайн-магазины, приложение и пр.) и/или в формате

онлайн (образовательные курсы, программные продукты, реклама, игры и пр.).

3. Промежуточная аттестация

3.1. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности

Зачет является заключительным этапом процесса формирования компетенций обучающегося при изучении дисциплины и имеет целью проверку и оценку знаний обучающегося по теории, и применению полученных знаний, умений и навыков при решении практических задач.

Зачет проводится по расписанию, сформированному учебно-методическим управлением, в сроки, предусмотренные календарным учебным графиком. Зачет принимается преподавателем, ведущим лекционные занятия.

Зачет проводится только при предъявлении обучающимся зачетной книжки и при условии выполнения всех контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины. Обучающимся на зачете представляется право выбрать один из билетов. Время подготовки к ответу составляет 30 минут. По истечении установленного времени обучающийся должен ответить на вопросы билета. Результаты зачета оцениваются по четырехбалльной системе и заносятся в зачетно-экзаменационную ведомость и зачетную книжку. В зачетную книжку заносятся только положительные оценки. Подписанный преподавателем экземпляр ведомости сдается не позднее следующего дня в деканат.

В случае неявки обучающегося на зачет в зачетно-экзаменационную ведомость делается отметка «не явка». Обучающиеся, не прошедшие промежуточную аттестацию по дисциплине, должны ликвидировать академическую задолженность в установленном локальными нормативными актами порядке.

3.2. Вопросы к зачету с оценкой

№	Вопрос	Код компетенции
1.	Базовые подходы к определению цены	ОПК-5.1
2.	Положения трудовой теории стоимости, связанные с ценой	ОПК-5.1, ОПК-5.2
3.	Положения теории факторов и издержек производства, связанные с ценой	ОПК-5.1, ОПК-5.2
4.	Положения теории спроса и предложения, связанные с ценой	ОПК-5.1, ОПК-5.2
5.	Основные положения теории цены Дж. М. Кейнса	ОПК-5.1, ОПК-5.2
6.	Положения теории монетаризма, связанные с ценой	ОПК-5.1, ОПК-5.2
7.	Современное понятие цены	ОПК-5.1, ОПК-5.2
8.	Функции цен	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
9.	Классификации цен	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
10.	Понятие эластичности и значение коэффициентов эластичности	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
11.	Эластичный и неэластичный спрос	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
12.	Эластичность спроса по доходам	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3

№	Вопрос	Код компетенции
13.	Кривые Энгеля и их практическое значение	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
14.	Эластичность ценовых ожиданий и их воздействие на спрос	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
15.	Группы факторов, влияющие на покупателя при совершении покупки	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
16.	Психологические аспекты ценообразования (магические, красивые, контрастные и дискриминационные цены)	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
17.	Основные методы сбора информации о цене и ее виды	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
18.	Цели государственного регулирования цен	ОПК-5.2, ОПК-5.3
19.	Методы косвенного государственного регулирования цен	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
20.	Методы прямого государственного регулирования цен	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
21.	Методы затратного ценообразования	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
22.	Методы ценностного ценообразования	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
23.	Конкурентные методы ценообразования	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
24.	Стратегии ценообразования	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
25.	Специфика успешного ценообразования	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3

3.3. Тематика курсовых работ

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

3.4. Материалы для компьютерного тестирования обучающихся

Общие критерии оценивания

Процент правильных ответов	Оценка
91% – 100%	5 (отлично)
81% – 90%	4 (хорошо)
71% – 80%	3 (удовлетворительно)
Менее 70%	2 (неудовлетворительно)

Соответствие вопросов теста индикаторам формируемых и оцениваемых компетенций

№ вопроса в тесте	Код индикатора компетенции
1	ОПК-5.2
2	ОПК-5.2
3	ОПК-5.3
4	ОПК-5.3
5	ОПК-5.2
6	ОПК-5.1
7	ОПК-5.2
8	ОПК-5.3

№ вопроса в тесте	Код индикатора компетенции
9	ОПК-5.2
10	ОПК-5.1
11	ОПК-5.1
12	ОПК-5.3
13	ОПК-5.2
14	ОПК-5.2
15	ОПК-5.2
16	ОПК-5.3
17	ОПК-5.1
18	ОПК-5.1
19	ОПК-5.1
20	ОПК-5.3

Ключ ответов

№ вопроса в тесте	Номер ответа (или ответ, или соответствие)
1	a
2	c
3	d
4	b
5	d
6	a
7	a
8	a
9	a, b, e
10	c
11	a
12	a
13	c, d
14	b
15	a
16	a
17	b
18	d
19	b
20	c, d

Перечень тестовых вопросов

№ 1. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Выберите вариант, где участники экономической деятельности, устанавливающие цены, указаны верно

- a. Государство, поставщик, продавец, производитель
- b. Государство, поставщик, производитель, покупатель, продавец
- c. Поставщик, покупатель, продавец

№ 2. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Компании могут повышать цены, не теряя потребителя, если:

- a. Если характеристики товара/услуги превосходят аналогичные у конкурентов
- b. Целевая аудитория готова и может платить больше
- c. Все варианты верны
- d. Ведется соответствующая маркетинговая поддержка

№ 3. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Пример магической цены – это

- a. 17 777 р.
- b. 600 р.
- c. 1 505 р.
- d. 25 999 р.

№ 4. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Банк России стал выдавать коммерческим банкам денежные средства под большой процент. После этого коммерческие банки подняли стоимость кредитов для предприятий и населения, и стали расти цены на услуги предприятий. Это пример:

- a. Установления рекомендательных цен
- b. Связи между ставкой рефинансирования и ценообразованием предприятий
- c. Ужесточения финансово-экономической политики, напрямую влияющей на цены

№ 5. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Установка и изменение цен вслед за доминирующей на рынке компанией – основная черта какого метода ценообразования?

- a. Метод установления текущих цен
- b. Тендерный метод
- c. Престижное ценообразование
- d. Метод следования за ценовым лидером

№ 6. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

К переменным издержкам кафе обычно не относятся:

- a. Затраты на арендную плату
- b. Затраты на вывоз мусора
- c. Затраты на сахар
- d. Затраты на кофе и молоко

№ 7. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Процесс принятия рационального решения о покупке начинается с:

- a. Осознания проблемы
- b. Оценки альтернативных вариантов
- c. Поиска информации
- d. Оценки собственных возможностей

№ 8. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Стратегию "стабильных цен" может эффективно использовать какая организация?

- a. Элитный курорт с многолетней историей
- b. Стандартный супермаркет
- c. Сетевой фитнес-клуб
- d. Модный салон красоты "среднего класса"

№ 9. Задание с множественным выбором. Выберите 3 правильных ответа.

К основным целям государственного регулирования экономики относится (-ятся):

- a. Перераспределения прибыли между предприятиями
- b. Сдерживание роста цен на некоторые группы товаров/услуг
- c. Сдерживание роста цен на все товары/услуги
- d. Предоставление дешевых кредитов физическим и юридическим лицам
- e. Создание стимулов для повышения эффективности производства

№ 10. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Вид конкуренции, когда весь рынок поделен между несколькими крупными компаниями, обычно называется

- a. Совершенной конкуренцией
- b. Монополистической конкуренцией
- c. Олигополией
- d. Монополией

№ 11. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Посчитайте минимальную цену товара А по методу полных издержек. Если известны затраты на сырье и материалы – 50 000 р., затраты на арендную плату – 12 000 р., затраты на реализацию – 20 000 р., норма прибыли – 55 000 р.

- a. 137 000
- b. 52 000
- c. 100 000
- d. 82 000

№ 12. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Пример прямого государственного регулирования цен – это:

- a. Установление предельного норматива рентабельности
- b. Антимонопольное законодательство
- c. Обменный курс валют
- d. Система налогообложения

№ 13. Задание с множественным выбором. Выберите 2 правильных ответа.

Организация планирует работать на рынке монополистической конкуренции. Важно учесть какие типичные особенности такого рынка при ценообразовании?

- a. Сильный контроль антимонопольной службы
- b. Высокие барьеры для входа на рынок
- c. Наличие большого числа конкурентов
- d. Разнообразный ассортимент продуктов

№ 14. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Главный недостаток стратегии ценообразования «среднерыночных цен»?

- a. Низкий спрос на начальном этапе продаж
- b. Сложность выделения товара/бренда среди похожих
- c. Высокая угроза ценовой войны

№ 15. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Какой параметрический метод ценообразования используется для расчета цен на товары, потребительская ценность которых характеризуется многими параметрами?

- a. Метод балльных параметрических оценок
- b. Метод удельной цены
- c. Агрегатный метод
- d. Метод корреляционно-регрессионного анализа

№ 16. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

В каких случаях организации следует повышенное внимание уделять исследованию потребителей при ценообразовании?

- a. Все варианты верны
- b. Отсутствие (минимум) конкурентов
- c. Производство продукта-новинки
- d. Производство уникального продукта

№ 17. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Верно ли высказывание: цена – количество денег, процентов, за которое продавец согласен продать товар?

- a. Да, высказывание верно
- b. Не совсем, высказывание не полное
- c. Нет, высказывание не верно

№ 18. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Эластичность спроса по цене показывает

- a. Насколько увеличится цена при изменении спроса на 1%
- b. Насколько увеличится или уменьшится цена при изменении спроса на 1%
- c. Насколько увеличится спрос при изменении цены на 1%
- d. Насколько увеличится спрос при изменении цены на 1%

№ 19. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Примером описания функциональной ценности автомобиля не является:

- a. Время разгона до 100 км/ч
- b. Бренд класса «люкс»
- c. Пробег
- d. Мощность двигателя

№ 20. Задание с множественным выбором. Выберите 2 правильных ответа.

Главные минусы затратного ценообразования:

- a. Простота расчетов
- b. Доступность информации внутри компании

- c. Игнорирование спроса
- d. Игнорирование ценности продукта