МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»

Кафедра экономики и торговой политики

УТВЕРЖДАЮ:
Директор МИЭЛ _____ О.В. Архипкин
«16» апреля 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

Наименование дисциплины **ФТД.02 Ценообразование**

Направление подготовки **38.03.06 Торговое дело**

Профиль подготовки Расчетно-экономический

Квалификация выпускника - бакалавр

Форма обучения очная с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

Согласовано с УМК МИЭЛ ИГУ:

Протокол № 3 от «19» марта 2025 г.
Председатель _____ Е. В. Крайнова

Рекомендовано кафедрой:

Протокол № 5 от «18» марта 2025 г.
Зав. кафедрой _____ О. В. Архипкин

Иркутск 2025 г.

Содержание

	стр.
I. Цели и задачи дисциплины	3
II. Место дисциплины в структуре ОПОП.	3
III. Требования к результатам освоения дисциплины	3
IV. Содержание и структура дисциплины	5
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов	5
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	7
4.3 Содержание учебного материала	8
4.3.1 Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	10
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов	10
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	12
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	12
V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	12
а) перечень литературы	
б) периодические издания	
в) список авторских методических разработок	
г) базы данных, поисково-справочные и информационные системы	
VI. Материально-техническое обеспечение дисциплины	13
6.1. Учебно-лабораторное оборудование	13
6.2. Программное обеспечение	14
6.3. Технические и электронные средства обучения	15
VII. Образовательные технологии	15
VIII. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации	15

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели: Целью освоения дисциплины «Ценообразование» является приобретение студентами теоретических знаний, умений и практических навыков в области ценообразования на предприятии, необходимых для успешной профессиональной деятельности бакалавра направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

Задачи:

- сформировать представление об основные понятия, категории и инструменты ценовой политики предприятия;
- сформировать представление об основы построения и образования затратных цен и пути перехода на их основе к ценностному ценообразованию;
- дать знания о типах ценовых стратегий и критериях их селекции для конкретных фирм. сформировать представление о влиянии конкуренции на принятие ценовых решений; обеспечить осуществление подготовки информационной базы, обеспечивающей принятие адекватных ценовых решений;
- обучить анализировать возможные варианты действий фирмы в условиях ценовой войны и выбирать наиболее пригодные для фирмы варианты таких действий;
- обучить навыкам применения современных методов ценообразования для максимизации прибыли фирмы;
- обучить методам экономического обоснования скидок с цен.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебная дисциплина «Ценообразование» относится к той части программы, которая формируется участниками образовательных отношений.

Входные знания, умения и компетенции студента связаны с дисциплинами «Финансы», «Бухгалтерский учёт». Дисциплина «Ценообразование» является предшествующей для следующих дисциплин: «Финансы предприятий», «Рынок товаров и услуг».

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело»:

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК -1 Способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей торговой организации	ИДК ПК 1.1 Проводит сбор и обработку исходных данных для проведения расчетов экономических показателей торговой организации	Знать: принципы, факторы и методы формирования цен и проведения ценовой политики, систему и виды цен, стратегию и тактику ценообразования. Уметь: использовать принципы, стратегии и методы ценообразования, выбирать наиболее рациональные способы принятия решений в области ценообразования Владеть: практическими навыками формирования свободных цен, в том числе цен на импортные товары.

	ИДК ПК 1.2 Проводит мониторинг изменения данных для проведения расчетов экономических показателей торговой организации	Знать: порядок формирования цен на основе учёта и изучения требований экономических законов рыночной экономики. Уметь: проявлять самостоятельность мышления и творческий подход при анализе и оценке конкретных практических ситуаций в ценообразовании. Владеть: методикой формирования цен на продукцию предприятий в отдельных отраслях народного хозяйства.

IV.СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины составляет 1 зачетная единица, 36 часов,
Форма промежуточной аттестации: зачёт

4.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/н	Тема	Семестр	Всего часов	Из них практическая подготовка обучающихся	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, практическую подготовку и трудоемкость (в часах)				Форма текущего контроля успеваемости/ Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
					Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа (в том числе, внеаудиторная СР,	
					Лекция	Семинар/ Практическое, лабораторное занятие/	Консультация		
1	2	3	4	5	6	7	8		10
1	Тема 1. Роль цены в условиях рынка	4	2		1				Опрос, решение задач
2	Тема 2. Цена и стоимость, их сущность и взаимосвязь		2		1				Опрос, решение задач
3	Тема 3. Функции цен.	4	2		1				Опрос, решение задач
4	Тема 4. Цен образующие факторы	4	2		1				Опрос, решение задач

5	Тема 5. Методология ценообразования	4	4		2				Опрос, решение задач
6	Тема 6. Структура цены	4	4		2				Опрос, решение задач
7	Тема 7. Виды цен и их классификация	4	2		1				Опрос, решение задач
8	Тема 8. Методы расчета цен.	4	8		4	2			Опрос, решение задач
9	Тема 9. Надбавки и скидки	4	2		2				Опрос, решение задач
10	Тема 10. Регулирование цен.	4	18		1			**8**	Опрос, решение задач
11	Тема 11. Особенности ценообразования в отдельных отраслях народного хозяйства	4	18		2			**8**	Опрос, решение задач
	Итого часов		**36**		**18**	**2**		**16**	

4.2. План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Трудоемкость (час.)		
7	Тема 10. Регулирование цен	Самостоятельное выполнение практических заданий репродуктивного типа (ответы на вопросы, задачи, тесты		8	Решение задач, ответы на вопросы по теме	1,2,3,4
7	Тема 11. Особенности ценообразования в отдельных отраслях народного хозяйства	Самостоятельное выполнение практических заданий репродуктивного типа (ответы на вопросы, задачи, тесты		8	Решение задач, ответы на вопросы по теме	1,2,3,4
Общий объем самостоятельной работы по дисциплине (час)				**16**		

4.3.Содержание учебного материала

Тема 1. Роль цены в условиях рынка

Роль цены в условиях рынка. Сущность цены в хозяйственной деятельности предприятий различных форм собственности, действующих в различных секторах народного хозяйства. Особенности работы предприятия в условиях рынка. Цена – ориентир и регулятор цивилизованного рынка. Субъекты и среда ценообразования.

Тема 2. Цена и стоимость, их сущность и взаимосвязь

Трактовка теории цены различными школами. Понятие и сущность цены. Цена и стоимость. Определение стоимости. Стоимость, общественно необходимые затраты труда (ОНЗТ) и общественно необходимое рабочее время. Стоимость, спрос и предложение. Стоимость и полезность товара. Цена в трудовой теории стоимости. Цена в теории предельной полезности. Взаимодействие цены, стоимости, ОНЗТ и полезности товара, спроса и предложения.

Тема 3. Функции цен.

Функции цен: ориентирующая, балансирующая, распределительная, учетная.

Тема 4. Цен образующие факторы

цен образующие факторы. Фактор спроса и предложения. Ценовая эластичность спроса и предложения. Издержки производства и их роль в формировании цены. Структура издержек. Виды издержек: постоянные и переменные; прямые и косвенные и т.д. Качество и потребительские свойства товара как цен образующий фактор. Конкуренция и ее влияние на цены.

Тема 5. Методология ценообразования

Стратегия и политика коммерческого ценообразования с использование маркетинга. Ценностное и затратное ценообразование. Механизм коммерческого ценообразования с учетом спроса, потребностей и предпочтений покупателей. Коэффициенты эластичности. Ценообразование и финансовый анализ. Комплексный анализ выпуска (продаж), затрат, цен и прибыли. Использование точки безубыточности. Ценовая политика, ее цели. Максимизация рентабельности (прибыли). Показатели рентабельности (рентабельность продаж; рентабельность активов; рентабельность собственного капитала). Достижение наиболее высоких темпов продаж (максимальное увеличение сбыта). Обеспечение выживаемости. Стабилизация цен, прибыльности и рыночной позиции.

Стратегии ценообразования и их классификация. Определение стратегии ценообразования. Факторы, влияющие на выбор ценовой стратегии (тип товара, его жизненный цикл, текущие условия на локальном рынке и т.д.).

Основные типовые ценовые стратегии. Установление цен выше, чем у конкурентов («премиальное ценообразование», «снятие сливок»); установление цен на уровне цен конкурентов (стратегия нейтрального ценообразования, «адаптационная»); установление цен ниже, чем у конкурентов (стратегия ценового прорыва, пониженных цен, постепенного проникновения на рынок). Оценка рыночных условий, при которых могут быть рекомендованы эти стратегии.

Ценовые стратегии, как корректирующий механизм цен (ценообразование в рамках товарного ассортимента; «дискриминационные цены»; географическое ценообразование; «психологическое» ценообразование; ценообразование для стимулирования сбыта; система скидок и зачетов и т.д.).

Этапы разработки ценовой стратегии. Сбор исходной информации и ее значение для принятия решений по ценам. Стратегический анализ (финансовый анализ; сегментный анализ рынка; анализ конкуренции). Формирование ценовой стратегии, являющейся частью общей стратегии развития предприятия.

Тема 6. Структура цены

Элементы, составляющие цену. Структура цены и факторы на нее влияющие. Свободные розничные цены, порядок их установления, применения и фиксирования. Структура свободных розничных цен на отечественные товары в зависимости от стадий товародвижения (прямые связи между производителем и розничной торговлей; поставка товаров через заготовительные, оптовые, снабженческо-сбытовые предприятия, а также посредников, участвующих и не участвующих в расчетах).

Тема 7. Виды цен и их классификация

Систематизация цен на основе приоритетов рыночной экономики. Признаки рыночных цен. Рынок и каналы реализации как признак, образующий подсистемы системы цен. Регулируемые и свободные цены. Цены и тарифы на товары и услуги. Отраслевой признак цен. Оптовые и розничные цены. Цены реализации и цены и цены приобретений. Виды цен по стадиям ценообразования. Свободные цены и их роль в формировании рыночных отношений. Свободные (рыночные) закупочные цены, свободные оптовые (отпускные) цены на продукцию отечественного производства. Порядок их установления, применения и фиксирования. Структура этих цен.

Монопольные цены: монопольно высокие и монопольно низкие. Сущность этих цен. Роль антимонопольных органов в выявлении этих цен, ограничении, пресечении монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции. Санкции за нарушение антимонопольного законодательства в области ценообразования.

Особенности формирования свободных цен внутреннего рынка на биржах, торгах, аукционах.

Тема 8. Методы расчета цен.

Общая схема расчета цены. Затратные методы ценообразования. Рыночные методы определения цен. Параметрические методы определения цен. Динамическая модель ценообразования, ограничивающего выход на рынок. Методы ценообразования, ориентированные на конкуренцию. Методы ценообразования, ориентированные на потребителя. Установление цен на новый товар.

Тема 9. Надбавки и скидки.

Система, основанная на особенностях качественных характеристик товара, модификаций продукта и различия ассортимента, а также внешних факторов. Модификация цен через систему скидок. Системы скидок: сконто, оптовые, функциональные скидки, сезонные скидки, стимулирование сбыта. Варианты установления цен по географическому принципу. Снабженческо-сбытовые, оптовые и торговые надбавки, их структура, порядок установления, применения и фиксирования.

Тема 10. Регулирование цен.

Цели и задачи государственного регулирования цен. Цена и вопросы ценообразования в Гражданском кодексе РФ. Принципы определения цены для целей налогообложения. Формы и методы воздействия государства на цены. Регулирование цен в зарубежных странах.

Тема 11. Особенности ценообразования в отдельных отраслях народного хозяйства

Ценообразование в отдельных отраслях промышленности. Ценообразование на продукцию отраслей топливно-энергетического комплекса (ТЭК). Ценообразование на продукцию металлургического и машиностроительного комплекса. Ценообразование на

продукцию легкой и пищевой промышленности. Особенности калькулирования себестоимости продукции и ценообразования в этих отраслях народного хозяйства. Порядок определения цен, их уровень, структура, динамика, соотношения в ценах.

Ценообразование в сельском хозяйстве.

Роль и значение закупочных цен в условиях становления рыночных отношений. Факторы, влияющие на уровень затрат и цен в сельском хозяйстве. Структура закупочных цен, характеристика ее элементов.

Дотации и компенсации сельскому хозяйству. Соотношения цен на отдельные виды сельхозпродукции. Диспаритет цен: на сельскохозяйственную продукцию, потребляемую сельским хозяйством; на сельхозпродукцию и товары, вырабатываемые из сельхозсырья.

Виды закупочных цен. Свободные (рыночные) закупочные цены. Целевые цены, гарантированные цены, залоговые ставки, их сущность и порядок установления.

Ценообразование в торговле и в массовом (общественном) питании.

Ценовая политика торговых предприятий. Оптовые и торговые надбавки как цены сферы торговых услуг. Факторы, влияющие на формирование надбавок в оптовых и розничных торговых организаций.

Стратегии ценообразования для стимулирования реализации товаров в торговле.

Роль и значение цен в формировании рынка услуг массового питания. Стоимость сырья как основной элемент цены продукции массового питания. Порядок оплаты и включения в цены готовой продукции стоимости сырья. Торговые надбавки и наценки. Единые наценки, порядок их определения. Дифференциация наценок. Социальная направленность цен на продукцию массового питания в общеобразовательных школах, ПТУ, вузах, техникумах.

Калькуляция цен готовой продукции, порядок ее составления.

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

Практические занятия учебным планом не предусмотрены

4.3.2. Перечень тем и вопросов, выносимых на самостоятельное изучение студентами в рамках самостоятельной работы (СРС)

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	2	3	4	5
1	*Тема 10. Регулирование цен.* Цели и задачи государственного регулирования цен. Цена и вопросы ценообразования в Гражданском кодексе РФ. Принципы определения цены для целей налогообложения. Формы и методы воздействия государства на цены. Регулирование цен в зарубежных странах. .	Решение задач по теме и опрос, подготовка докладов	**ПК-2**	**ИДК ПК-2**
2	*Тема 11. Особенности ценообразования в отдельных отраслях*			

	народного хозяйства Ценообразование в отдельных отраслях промышленности. Ценообразование на продукцию отраслей топливно-энергетического комплекса (ТЭК). Ценообразование на продукцию металлургического и машиностроительного комплекса. Ценообразование на продукцию легкой и пищевой промышленности. Особенности калькулирования себестоимости продукции и ценообразования в этих отраслях народного хозяйства. Порядок определения цен, их уровень, структура, динамика, соотношения в ценах. Ценообразование в сельском хозяйстве. Роль и значение закупочных цен в условиях становления рыночных отношений. Факторы, влияющие на уровень затрат и цен в сельском хозяйстве. Структура закупочных цен, характеристика ее элементов. Дотации и компенсации сельскому хозяйству. Соотношения цен на отдельные виды сельхозпродукции. Диспаритет цен: на сельскохозяйственную продукцию, потребляемую сельским хозяйством; на сельхозпродукцию и товары, вырабатываемые из сельхозсырья. Виды закупочных цен. Свободные (рыночные) закупочные цены. Целевые цены, гарантированные цены, залоговые ставки, их сущность и порядок установления. Ценообразование в торговле и в массовом (общественном) питании. Ценовая политика торговых предприятий. Оптовые и торговые надбавки как цены сферы торговых услуг. Факторы, влияющие на формирование надбавок в оптовых и розничных торговых организаций. Стратегии ценообразования для стимулирования реализации товаров в торговле. Роль и значение цен в формиро-	Решение задач по теме и опрос, подготовка докладов	**ПК-2**	**ИДК ПК-2**

	вании рынка услуг массового питания. Стоимость сырья как основной элемент цены продукции массового питания. Порядок оплаты и включения в цены готовой продукции стоимости сырья. Торговые надбавки и наценки. Единые наценки, порядок их определения. Дифференциация наценок. Социальная направленность цен на продукцию массового питания в общеобразовательных школах, ПТУ, вузах, техникумах. Калькуляция цен готовой продукции, порядок ее составления.			

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

1. Чтение основной и дополнительной литературы. Самостоятельное изучение материала по литературным источникам.
2. Работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы.
3. Поиск необходимой информации через Интернет.
4. Конспектирование источников.
5. Реферирование источников.
6. Составление обзора публикаций по теме.
7. Составление и разработка словаря (глоссария).
8. Подготовка к различным формам промежуточной и итоговой аттестации (к тестированию, контрольной работе, зачету, экзамену).
9. Самостоятельное выполнение практических заданий репродуктивного типа (ответы на вопросы, тренировочные упражнения, опыты, задачи, тесты).

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) –

Курсовая работа не предусмотрена

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература

1. Липсиц, И. В. Ценообразование : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04843-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468453
2. Липсиц, И. В. Ценообразование. Практикум : учебное пособие для вузов / И. В. Липсиц. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02867-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469247
3. Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для вузов / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11197-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/473365

б) дополнительная литература

1. Ценообразование : учебник и практикум для вузов / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 437 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04530-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468976
2. Ценообразование [Текст] : учеб. пособие / Иркутский гос. ун-т, Междунар. ин-т экономики и лингв. ; сост. Л. И. Горбачевская ; рец.: О. В. Архипкин, Г. М. Берегова. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2014. - 196 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 195-196. (56 экз.)

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы.

1. Консультант плюс, Гарант,
2. РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера) http://www.rbc.ru
3. Эксперт (http://www.expert.ru)
4. http://www.ecsocman.edu.ru – Федеральный образовательный портал – ЭКОНОМИКА, СОЦИОЛОГИЯ, МЕНЕДЖМЕНТ – учебные материалы.
5. Образовательный портал ИГУ, учебные материалы, http://www.id.isu.ru
6. www.advertisingmagazine.ru,
7. www.advertisingandlife.ru ,
8. www. repiev.ru,
9. www.outdoormedia.ru

В системе образовательного портала ИГУ (http://educa.isu.ru/) размещены методические материалы и задания по дисциплине ФТД.02 Ценообразование.

VI.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование:

Для реализации данной дисциплины используются специальные помещения:

- учебные аудитории для лекционных и семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации:

Аудитория на 100 посадочных мест, укомплектованная специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации:

- Wi-Fi;
- Активный микшерный пульт Yamaha + микрофон;
- Колонки – 2*200Вт;
- экран настенный – ScreenMedia 180x180;
- проектор – BenQ MX661;
- Компьютер преподавателя (AMD ATHLON II x3);
- ПО – Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2010, Kaspersky Endpoint Security;

наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины ФТД.02 Ценообразование.

Аудитория на 38 посадочных мест, укомплектованная специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для предоставления информации большой аудитории:

- Экран на штативе Screen Media Apollo;
- проектор переносной – Epson EB-X24;
- ноутбук HP 255 G7 (Intel Core i5);

- ПО – Microsoft Windows 10 OEM, Microsoft Office Professional Plus 2010, Kaspersky Endpoint Security;

наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины ФТД.02 Ценообразование.

- аудитории для организации самостоятельной работы:

Аудитория на 18 посадочных мест, укомплектованная специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации:

- 18 компьютеров(AMD A8) с доступом к сети интернет,
- 1 компьютер оператора(AMD Athlon64),
- МФУ – Canon Ir1133.
- ПО – Microsoft Windows 7, Microsoft Office Professional Plus 2010, 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях, Архиватор RAR WinRAR 5, Far Manager v3, КонсультантПлюс: Версия Проф, Kaspersky Endpoint Security

Аудитория на 15 посадочных мест, укомплектованная специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации:

- 15 компьютеров(AMD Athlon64)) с доступом к сети интернет,
- 1 компьютер оператора(AMD Athlon64),
- ПО – Microsoft Windows 7, Microsoft Office Professional Plus 2010, 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях, Архиватор RAR WinRAR 5, Far Manager v3, КонсультантПлюс: Версия Проф, Kaspersky Endpoint Security

- помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования:

- шкафы, расходные материалы,
- ноутбуков,
- 4 переносных комплекта:
- Экран на штативе ScreenMedia Apollo,
- проектор переносной – Epson EB-X24,
- ноутбук HP 255 G7 (Intel Core i5),
- ПО – Microsoft Windows 10 OEM, Microsoft Office Professional Plus 2010, Kaspersky Endpoint Security

6.2. Программное обеспечение:

Операционные системы:

- Microsoft Windows (версии Vista, 7, 10)
- Unix-подобных операционные системы на базе ядра Linux

Пакеты офисных приложений:

- Microsoft Office (ред. Professional Plus, Standard; вер. 2007, 2010, 2013)
- LibreOffice, OpenOffice

Интернет-браузеры:

- YandexBrowser
- Атом
- Mozilla Firefox
- Google Chrome

Прикладное ПО для работы с документами:

- Архиватор RAR WinRAR (5.x Версия Академическая)
- Far Manager
- Adobe Reader

Средства антивирусной защиты:

- Kaspersky Endpoint Security

Онлайн сервисы:

- Видео конференц система bbb.isu.ru (система BigBlueButton)
- Образовательный портал educa.isu.ru (система LMS Moodle)
- Видеохостинг cloud.isu.ru (система NextCloud)
- Система Консультант-плюс

6.3. Технические и электронные средства:

В процессе преподавания дисциплины применяется чтение лекций, в том числе в форме презентаций; проведение семинарских занятий используется для организации собеседований, решения задач, разбора практических ситуаций, для выступлений бакалавров с докладами, для проверки их самостоятельной работы.

VII.ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Ценообразование» используются образовательные технологии в виде контактной и самостоятельной работы. Стандартные методы обучения: лекции; практические занятия, на которых проводятся устный опрос; тестирование; входной контроль (диагностическое тестирование); выполнение контрольной работы; самостоятельная работа студентов, в которую входит работа с литературой (подготовка к устному опросу) и нормативными источниками, подготовка к контрольной работе, тестированию, входному контролю (диагностическому тестированию); заданий к интерактивной лекции. Методы обучения с применением интерактивных форм: Лекция-визуализация – форма проведения лекционного занятия, в ходе которой активизация процесса обучения происходит за счет наглядности изложения изучаемого материала, когда перед аудиторией ставятся различные проблемные задачи, вопросы, раскрываются противоречия, побуждающие совместно искать подходы к их решению. В лекции-визуализации передача информации сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в том числе иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов). Лекция с разбором конкретных ситуаций. Изложение ситуации содержит достаточную информацию для оценки характерного явления и обсуждения. Обсуждение ситуаций, как правило, происходит коллективно и заканчивается анализом и необходимыми выводами. Лекция-диалог – предполагает передачу учебного содержания через серию вопросов, на которые обучающийся должен отвечать непосредственно в ходе лекции

VIII.ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов

Текущий контроль знаний формируется по результатам выполнения групповых и индивидуальных заданий:

- работа на практических занятиях, участие в дискуссиях
- выполнение тестовых заданий по пройденному материалу
- контрольная работа (письменная работа)
- презентация доклада по выбранной теме

Работа на практических занятиях предполагает знание студентом основного учебного материала, готовность к ответам на вопросы, разбору конкретных ситуаций, выполнению практических упражнений по данному занятию и тестов.

Участие в дискуссиях и групповой работе предполагает умение студентом анализировать конкретную ситуацию и делать выводы, увязывая теорию и практику в процессе принятия решений, а также оригинальность предлагаемого решения.

Оценочные материалы для входного контроля - Контрольная работа

К статьям прямых затрат относятся:

1. Общепроизводственные расходы.
2. Общехозяйственные расходы.
3. Сырье, материалы.

2. Сокращение предложения товара ведет к увеличению:

1. спроса на взаимодополняющие товары;
2. общей выручки продавца, если спрос на товар является эластичным по цене;
3. спроса на товар;
4. спроса на взаимозаменяемые товары;
5. правильного ответа нет.

3. Какое из следующих утверждений не относится к характеристике неэластичности спроса на товар?

1. данный товар является для потребителей товаром первой необходимости;
2. имеется большое число товаров-заменителей;
3. относительное изменение объема спроса меньше, чем относительное изменение цены;
4. период времени, в течение которого предъявляется спрос, является очень коротким;
5. покупатели расходуют на его покупку незначительную долю своего дохода.

6. Спрос можно считать эластичным, если:

1. при не существенном снижении цены значительно увеличивается спрос;
2. при существенном снижении пены спрос увеличивается незначительно;
3. при изменении цены спрос не изменяется;
4. спрос изменяется независимо от иены;
5. правильного ответа нет.

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

1. снизится на 10%;
2. увеличится на 10%;
3. снизится на 1%;
4. увеличится на 1%;
5. не изменится.

Оценочные материалы текущего контроля в форме **зачета**

Демонстрационный вариант тестовых заданий

1. Предприятие должно снизить цены при наличии на рынке:

а) избыточного спроса;
б) латентного (скрытого) спроса;
в) непостоянного спроса;
г) все ответы верны;
д) правильного ответа нет.

2. Какая конкурентная структура рынка позволяет производителю ослабить неновое соперничество?

а) рынок монополистической конкуренции;
б) рынок чистой конкуренции;
в)рынок покупателя;
д) мировой рынок.

3.Спрос можно считать эластичным, если:

а) при не существенном снижении цены значительно увеличивается спрос;

б) при существенном снижении пены спрос увеличивается незначительно;

в)при изменении цены спрос не изменяется;

г)спрос изменяется независимо от иены;

д)правильного ответа нет.

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

а)снизится на 10%;

б)увеличится на 10%;

в)снизится на 1%;

г)увеличится на 1%;

д)не изменится.

5.Территориальная дифференциация цен дает возможность:

а)предоставить скидку клиенту;

б)учитывать разные условия поставки товара;

в)получить дополнительную прибыль с каждой единицы товара;

г)все ответы верны;

д)правильного ответа нет.

6.Точка безубыточности - это:

а)цена, при которой предприятие начинает получать прибыль;

б)объем производства, при котором производитель работает без убытков;

в)уровень затрат, необходимый для производства продукции;

г)все ответы верны;

д)правильного ответа нет.

7. В какой конкурентной структуре рынка ограничено использование метода определения цены на основе цены конкурентов?

а)на рынке чистой конкуренции;

б)на олигополистическом рынке;

в)на рынке монополистической конкуренции;

г)на рынке чистой монополии;

д)правильного ответа нет.

8.Какие факторы не влияют на ценовую стратегию предприятия?

а) платежеспособность спроса;

б) задачи бизнеса;

в)конкурентная ситуация на рынке;

г)издержки производителя;

д)правильного ответа нет.

9..Какие формы государственного ценообразования могут быть использованы для регулирования рынка?

а)фиксирование цен;

б)косвенное изменение цен с помощью налогов, дотаций и других дополнительных выплат;

в)приватизация;

г)национализация;

д)ценовая дискриминация,

10.Производитель обычно поднимает свои цены, если:

а)имеет незанятые производственные мощности;

б)не может выполнить все заказы;

в)стремится увеличить объем заказов;

г)считает спрос эластичным;

д)правильного ответа нет.

11.Как воспринимается потребителем уровень цены товара, если существует привязанность к товарной марке?

а)пена не имеет решающего значения;

б)потребитель прежде всего, обращает внимание на цену;

в)потребитель обращает внимание на цену сервисного обслуживания;

г)все ответы верны;

д)правильного ответа нет.

12. Ценовая эластичность спроса на «нормальный» товар при цене 48 руб. составляет по абсолютной величине 0,8. Если в начальный момент времени объем продаж составит 1000 ед. и при небольшом изменении иены эластичность спроса не меняется, то на сколько единиц изменится объем продаж при повышении цены на 4 руб.?

а)уменьшится на 63 ед.;

б)уменьшится на 126 ед.;

в)увеличится на 126 ед.;

г)увеличится на 63 ед.;

д)правильного ответа нет.

13.Сокращение предложения товара ведет к увеличению:

а)спроса на взаимодополняющие товары;

б)общей выручки продавца, если спрос на товар является эластичным по цене;

в)спроса на товар;

г)спроса на взаимозаменяемые товары;

д)правильного ответа нет.

14. Какое из следующих утверждений не относится к характеристике неэластичности спроса на товар?

а)данный товар является для потребителей товаром первой необходимости;

б)имеется большое число товаров-заменителей;

в)относительное изменение объема спроса меньше, чем относительное изменение цены;

г)период времени, в течение которого предъявляется спрос, является очень коротким;

д)покупатели расходуют на его покупку незначительную долю своего дохода.

15. Какой из перечисленных ниже факторов мог привести к снижению пен на товар А?

а)уменьшение предложения товара А;

б)снижение уровня доходов потребителей товара А;

в)рост цены на товар В — заменитель товара А;

г)ожидание роста иены на товар А;

д)увеличение потребителей товара А.

11.4. Оценочные средства для промежуточной аттестации (в форме зачёта).

Вопросы к зачёту

1. Признаки классификации цен.
2. Скидки с цены.
3. Мировые цены.
4. Состав цены.
5. Экономический подход к определению затрат
6. Затратный метод ценообразования.
7. Прямые налоги в составе цены.
8. Косвенные налоги в составе цены
9. Цели государственного регулирования цен.
10. Соизмерительная функция цены.

11. Учетная функция цены
12. Регулирующая функция цены
13. Стимулирующая функция цены
14. Перераспределительная функция цены
15. Формы прямого вмешательства государства в процесс ценообразования
16. Косвенное вмешательства государства в процесс ценообразования
17. Основные цели ценовой политики фирмы
18. Цена на стадии разработки и вступления товара на рынок
19. Цена на стадии роста
20. Цена на стадии «зрелости» продукта
21. Цена на стадии «падения»
22. Стратегия высоких цен
23. Стратегия низких цен
24. Стратеги целевых цен
25. Стратегия следования за лидером
26. Этапы разработки ценовой стратегии
27. Общая схема расчетов цен
28. Рыночные методы определения цен
29. Сущность экономической конъюнктуры
30. Понятие экономической конъюнктуры
31. Показатели экономической конъюнктуры
32. Средние цены
33. Индекс потребительских цен
34. Дефлятор валового национального продукта
35. Индексы товарной биржи
36. Индексы фондового рынка

Разработчик:

Доцент кафедры экономики и торговой политики _____Л. И. Горбачевская

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению и профилю подготовки 38.03.06 Торговое дело «Расчетно-экономический».

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и торговой политики «18» марта 2025 г.
Протокол № 5

Зав. кафедрой экономики и
торговой политики, профессор _____ О. В. Архипкин

Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.