

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр бакалавриата Экономика



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Ценообразование Б1.В.ОД.13

Направление подготовки: 38.03.01 - Экономика

Профиль подготовки: Экономика предприятий и организаций

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Киреева-Каримова А.М.

Рецензент(ы):

Забирова Л.М.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Демьянова О. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: экономика):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 95001318

Казань
2018

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) старший преподаватель, к.н. (доцент) Киреева-Каримова А.М. кафедра экономики производства Институт управления, экономики и финансов , kireeva-karimova@mail.ru

1. Цели освоения дисциплины

Дать студентам основы комплексных теоретических знаний в области классического ценообразования и в современной системе принципов, моделей и подходов формирования цен при постоянно изменяющихся экономических условиях.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ОД.13 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.01 Экономика и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 3 курсе, 5 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел профессионального цикла дисциплин Б3. В.12. и относится к вариативной части, она осваивается на третьем курсе (5 семестр).

Изучению дисциплины "Ценообразование" предшествует освоение следующих дисциплин: "Микроэкономика", "Макроэкономика", "История экономических учений", "Экономика организаций", "Организация производства", "Экономико-математическое моделирование".

Данная дисциплина способствует освоению следующих дисциплин: "Маркетинг", "Налоги и налогообложение", "Планирование затрат и себестоимости", "Производственное планирование", "Стратегическое планирование", "Организация проектной деятельности", "Анализ конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности", "Экономический анализ".

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-3 (общекультурные компетенции)	способен самостоятельно приобретать и использовать в практической деятельности новые знания и умения, включая новые подходы к методологии ценообразования с использованием различных источников получения информации
ОК-4 (общекультурные компетенции)	способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы, происходящие в сфере ценообразования, и прогнозировать возможное их развитие в будущем
ОК-5 (общекультурные компетенции)	умеет использовать нормативные правовые документы в практике ценообразования предприятий и организаций
ПК-4 (профессиональные компетенции)	способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных стратегических и оперативных задач в сфере ценообразования на различных уровнях экономики
ПК-9 (профессиональные компетенции)	способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет для повышения эффективности механизма ценообразования предприятия и организации

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- теоретические основы рыночного ценообразования,
- основные законодательные и нормативные акты в области ценообразования,
- содержание основных методов ценообразования,
- характеристики ценообразования на различных рынках,
- закономерности формирования политики, стратегии и тактики ценообразования,
- опыт зарубежных и отечественных фирм в области ценообразования.

2. должен уметь:

- исследовать рыночную конъюнктуру с целью оценки реакции покупателей на цены, их изменение, выделения ключевых факторов ценообразования,
- оценить эластичность спроса с позиций ценообразования,
- провести статистические и прогнозные исследования динамики цен,
- рассчитать точку безубыточности,
- рассчитать цену товара на основе средней, полной, неполной себестоимости, рентабельности активов;

3. должен владеть:

- навыками применения классических и современных методов ценообразования,
- подходами к обоснованию целесообразности применения концептуальных стратегий и основных тактических и оперативных приемов ценообразования,
- методами осуществления анализа эффективности ценовых решений;

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- к синтезу и анализу исходных данных, необходимых для применения различных методов ценообразования при определении различных видов цен с учетом отраслевых особенностей ценообразования для выбора ценовой политики и стратегии организации,
- к обоснованию взаимосвязи ценообразования с другими инструментами механизма управления предприятием для квалифицированной оценки экономической обоснованности принятых решений.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 5 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Тема 1. Сущность цены как экономической категории и ключевые концепции цены.	5		2	2	0	Устный опрос Презентация
2.	Тема 2. Тема 2. Система цен в экономическом механизме: виды, состав, структура.	5		2	2	0	Письменная работа Коллоквиум
3.	Тема 3. Тема 3.Ценообразование и структура рынка	5		2	2	0	Устный опрос Письменная работа Контрольная работа
4.	Тема 4. Тема 4.Концепция регулирувания цен.	5		2	2	0	Устный опрос
5.	Тема 5. Тема 5.Политика цен и её содержание.	5		2	2	0	Устный опрос
6.	Тема 6. Тема 6.Стратегические подходы к ценообразованию.	5		2	2	0	Устный опрос Письменная работа Контрольная работа
7.	Тема 7. Тема 7.Тактические аспекты ценовой политики.	5		2	2	0	Коллоквиум Презентация
8.	Тема 8. Тема 8.Методологические основы ценообразования: показатели, подходы, методы определения цены.	5		2	2	0	Устный опрос Письменная работа

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
4.2	Тема 9. Анализ влияния цен на финансовые результаты деятельности и цены Тема 1. Сущность цены как экономической категории и ключевые концепции	3	2	2	0	0	Коллоквиум Контрольная работа
	лекционное занятие (2 часа(ов)): Сущность цены. Место и роль цены в структуре экономического знания. Основные теории концепции формирования цены: теория трудовой стоимости; теория прибавочной стоимости; теория факторов производства; теория издержек производства; теория предельной полезности; теория оптимума потребительского выбора; теория спроса и предложения. Эволюция теории цены: А. Смит, К. Маркс, Ж. Сэй, А. Маршалл, Дж. Кейнс, М. Фридман. Обобщающие характеристики базовых подходов к определению цены						
	практическое занятие (2 часа(ов)): 1. Экономическая сущность цены. Место и роль цены в структуре экономического знания. 2. Кратко охарактеризуйте основные теории концепции формирования цены: теория трудовой стоимости; теория прибавочной стоимости; 3. Кратко охарактеризуйте: теория факторов производства; теория издержек производства; теория предельной полезности; теория оптимума потребительского выбора; теория спроса и предложения. 4. Как шла эволюция теории цены: от А. Смита, К. Маркса, Ж. Сэя до А. Маршалла, Дж. Кейнса, М. Фридмана. 5. Дайте обобщающие характеристики базовых подходов к определению цены.						
	Тема 2. Система цен в экономическом механизме: виды, состав, структура. лекционное занятие (2 часа(ов)): Система цен в экономике, принципы дифференциации цен. Классификация цен в зависимости от стадии товародвижения: оптовые, закупочные, розничные. Сфера применения, структурные элементы. Классификация цен в зависимости от участия государства и степени конкуренции: свободные, регулируемые, предельные, фиксированные. Характеристика цен по способу установления фиксации в договоре: твердые, подвижные, скользящие. Классификация цен в зависимости от способа получения информации: публикуемые, справочные, номинальные. Характеристика цены в зависимости от вида рынка: цены товарных аукционов, биржевые котировки, цены реальных контрактов, фьючерсные цены, цены торгов. Классификация цен в зависимости от способа отражения фактора времени: текущие, средние, сопоставимые. Приведение цен в сопоставимый вид. Классификация цен по условиям поставки: брутто-, франко цены. Сборник международных правил толкования торговых терминов Международной торговой палаты Инкотермс-2000 Дифференциация понятий состав и структура цены. Традиционные элементы структуры цены. Себестоимость ? ведущий элемент структуры цены. Текущие затраты, калькуляция себестоимости на единицу продукции, смета затрат. Прибыль, как ведущий источник доходности организации. Регулирование рентабельности в процессе ценообразования. Торговая надбавка. Налоги, выплачиваемые организацией, заложенные в цену товара. Прямые, косвенные налоги. Акцизы. Определение величины акциза.						
	практическое занятие (2 часа(ов)):						

1. Какая существует система цен в экономике? Назовите принципы дифференциации цен. Какая существует классификация цен в зависимости от стадии товародвижения: оптовые, закупочные, розничные. Сфера применения, структурные элементы. Классификация цен в зависимости от участия государства и степени конкуренции: свободные, регулируемые, предельные, фиксированные. 2. Какая характеристика цен по способу установления фиксации в договоре: твердые, подвижные, скользящие. 3. Кратко охарактеризуйте классификацию цен в зависимости от способа получения информации: публикуемые, справочные, номинальные. 4. Дайте характеристику цены в зависимости от вида рынка: цены товарных аукционов, биржевые котировки, цены реальных контрактов, фьючерсные цены, цены торгов. 5. Какая существует классификация цен в зависимости от способа отражения фактора времени: текущие, средние, сопоставимые? Как приводят цены в сопоставимый вид? 6. Кратко охарактеризуйте классификацию цен по условиям поставки: брутто-, франко цены. Что такое сборник международных правил толкования торговых терминов Международной торговой палаты Инкотермс-2000, какая у него роль в международной торговле? 7. Дифференциация понятий состав и структура цены. Традиционные элементы структуры цены. 8. Себестоимость как ведущий элемент структуры цены. Текущие затраты, калькуляция себестоимости на единицу продукции, смета затрат. Прибыль, как ведущий источник доходности организации. 9. Как регулируется рентабельности в процессе ценообразования? 10. Экономическая сущность торговой надбавки. 11. Какие существуют налоги, выплачиваемые организацией, заложенные в цену товара? 12. Что такое прямые, косвенные налоги? 13. Что такое акцизы? Как определить величину акциза?

Тема 3. Тема 3.Ценообразование и структура рынка

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Признаки, определяющие структуру рынка: количество, размер организации; характер продукции; легкость входа (выхода) на рынок; доступность информации; степень влияния производителя на формирование цены. Классификация рыночных структур с позиции механизма влияния на формирование рыночной цены. Ценообразование на рынке в совершенной конкуренции. Условия, необходимые для преобладания совершенной конкуренции. Оптимум объема производства в условиях совершенной конкуренции. Парадокс экономической прибыли в модели конкурентного рынка. Характерные черты рынка монополистической конкуренции. Равновесие цены, объема производства и затрат при монополистической конкуренции. Конкурентное преимущество организации в условиях монополистической конкуренции: дифференциация продукции, специализация продукции. Ценообразование на олигополистическом рынке. Модель ценовых войн Бертрана. Модель дуополии Курно. Условия возникновения картеля, специфика ценообразования при картельных сговорах. Квазимонополия? модель лидерства в установлении цен. Дилемма олигополистов при установлении цен. Черты формирования монополистического рынка. Понятия: монопольная власть, монополия, двусторонняя монополия. Соотношение спроса, общей и предельной выручки монополиста. Максимизация прибыли монополиста. Ценовая дискриминация. Понятие монопольной власти и монопольное равновесие цены. Социальная цена монополии. Коэффициент монопольной власти А. Лернера. Методы определения уровня отраслевой концентрации, принятые в практике антимонопольного регулирования: пороговая доля рынка, индекс концентрации (CR); индекс Линда (IL), индекс Херфиндаля-Хиршмана (HHI). Понятие естественной монополии. Цены на продукцию естественных монополий. Теория X-неэффективности. Рекомендации Федеральной антимонопольной службы (ФАС) по установлению цен естественным монополиями.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Какие существуют признаки, определяющие структуру рынка: количество, размер организации; характер продукции; легкость входа (выхода) на рынок; доступность информации; степень влияния производителя на формирование цены? 2. Кратко охарактеризуйте классификацию рыночных структур с позиции механизма влияния на формирование рыночной цены. Ценообразование на рынке в совершенной конкуренции. 3. Какие условия необходимы для преобладания совершенной конкуренции? 4. Что такое оптимум объема производства в условиях совершенной конкуренции? 5. В чем заключается парадокс экономической прибыли в модели конкурентного рынка? 6. Назовите характерные черты рынка монополистической конкуренции. 7. Что такое равновесие цены, объема производства и затрат при монополистической конкуренции? В чем конкурентные преимущества у организации в условиях монополистической конкуренции: дифференциация продукции, специализация продукции? 8. Как осуществляется ценообразование на олигополистическом рынке? 9. Охарактеризуйте модель ценовых войн Бертрана. 10. Охарактеризуйте модель дуополии Курно. 11. Какие существуют условия возникновения картеля, в чем специфика ценообразования при картельных сговорах? Квазимонополия как модель лидерства в установлении цен. 12. Объясните дилемму олигополистов при установлении цен. 13. Какие черты формирования монополистического рынка существуют? 14. Понятия: монополярная власть, монополия, двусторонняя монополия. Соотношение спроса, общей и предельной выручки монополиста. Максимизация прибыли монополиста. 15. Что такое ценовая дискриминация? 16. Понятие монополярной власти и монополярное равновесие цены. Социальная цена монополии. 17. Что такое коэффициент монополярной власти А. Лернера? Какие существуют методы определения уровня отраслевой концентрации, принятые в практике антимонопольного регулирования: пороговая доля рынка, индекс концентрации (CR); индекс Линда (IL), индекс Херфиндаля-Хиршмана (НИИ). 18. Что такое естественная монополия? Цены на продукцию естественных монополий. 19. Что такое теория Х-неэффективности и в чем её экономическая суть? 20. Какие существуют рекомендации Федеральной антимонопольной службы (ФАС) по установлению цен естественным монополиями?

Тема 4. Концепция регулирования цен.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Взаимосвязь макро- и микро-регулирования цен: государственного и рыночного механизмов ценообразования. Понятие функции цены: внешнее содержание, внутренняя составляющая. Функции цены: учетная (измерительная); распределительная (перераспределительная); стимулирующая (регулирующая); балансирующая спрос и предложение. Государственное и правительственное регулирование рынка и цен. Цели и задачи государственного регулирования цен нормами Конституции РФ, Гражданского и Налогового кодекса РФ. Влияние вступления России в ВТО на уровень и структуру цен национального рынка. Правительственное регулирование цен (тарифов): перечня продукции производственно-технического назначения; товаров народного потребления; услуг отраслей топливно-энергетического комплекса. Регулирование цен на сельскохозяйственную продукцию. Регулирование транспортировки нефти и регулирование цен на коммунальные услуги. Основные сферы государственного регулирования естественных монополий. Саморегулирование цен. Общественное регулирование цен. Инфляция и методы её измерения в отечественной практике. Мониторные и немониторные факторы инфляции. Модель Ф. Кейгана. Основные показатели измерения инфляции: индекс цен; индекс покупательской способности рубля, индекс заработной платы, индекс реальных доходов населения, индекс потребительских цен на товары и услуги населению. Формы прямого воздействия государства на цены: замораживание цен; фиксирование цен и тарифов; установление предельных наценок, надбавок; декларирование цен. Методы косвенного воздействия на формирование цены: путём изменения величины затрат в структуре себестоимости; путём регулирования доходов производителей и потребителей.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. В чем проявляется взаимосвязь макро- и микро-регулирующих цен: государственного и рыночного механизмов ценообразования? 3. Понятие функции цены: внешнее содержание, внутренняя составляющая. 4. Кратко охарактеризуйте функции цены: учетная (измерительная); распределительная (перераспределительная); стимулирующая (регулирующая); балансирующая спрос и предложение. 5. Кратко охарактеризуйте классификацию государственного и правительственного регулирования рынка и цен. В чем цели и задачи государственного регулирования цен нормами Конституции РФ, Гражданского и Налогового кодекса РФ? 6. Какое было влияние вступления России в ВТО на уровень и структуру цен национального рынка? 7. Кратко охарактеризуйте правительственное регулирование цен (тарифов): перечня продукции производственно-технического назначения; товаров народного потребления; услуг отраслей топливно-энергетического комплекса. 8. Кратко охарактеризуйте регулирование цен на сельскохозяйственную продукцию. 9. Кратко охарактеризуйте регулирование транспортировки нефти и регулирование цен на коммунальные услуги. 10. Кратко охарактеризуйте основные сферы государственного регулирования естественных монополий. 11. Что такое саморегулирование цен. Что такое общественное регулирование цен. 12. Что такое инфляция и какие существуют методы её измерения в отечественной практике? Монитарные и немонитарные факторы инфляции. 13. Охарактеризуйте модель Ф. Кейгена. Основные показатели измерения инфляции: индекс цен; индекс покупательской способности рубля, индекс заработной платы, индекс реальных доходов населения, индекс потребительских цен на товары и услуги населению. 14. Какие существуют формы прямого воздействия государства на цены: замораживание цен; фиксирование цен и тарифов; установление предельных наценок, надбавок; декларирование цен? 15. Охарактеризуйте методы косвенного воздействия на формирование цены: путём изменения величины затрат в структуре себестоимости; путём регулирования доходов производителей и потребителей.

Тема 5. Политика цен и её содержание.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Сущность и задачи политики цен, осуществляемой государством. Принципы ценообразования: научная обоснованность цен; принцип целевой направленности цен; принцип непрерывности процесса ценообразования; принцип единства и контроля за соблюдением цен. Содержание понятий ценовая политика организации. Основные этапы процесса ценообразования: изучение рынка; определение целей ценовой политики; определение спроса; анализ и оценка издержек; анализ предложения и цен конкурентов; выбор метода ценообразования; установление окончательной цены. Стратегические и тактические аспекты ценовой политики организации. Политика жизненного цикла товара (ЖЦТ). Стадии политики ЖЦТ: разработка и вступление товара на рынок; рост; зрелость; падение спроса; исчезновение товара с рынка. Характеристика стадии ЖЦТ. Политика цен на новый товар. Дифференциация понятий установление цены на подлинную новинку и установление цены на новый товар-имитатор. Выбор ценовой стратегии по матрице Цена-качество.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. В чем сущность и задачи политики цен, осуществляемой государством? 2. Охарактеризуйте принципы ценообразования: научная обоснованность цен; принцип целевой направленности цен; принцип непрерывности процесса ценообразования; принцип единства и контроля за соблюдением цен. 3. Охарактеризуйте содержание понятий ценовая политика организации. 4. Назовите основные этапы процесса ценообразования: изучение рынка; определение целей ценовой политики; определение спроса; анализ и оценка издержек; анализ предложения и цен конкурентов; выбор метода ценообразования; установление окончательной цены. Стратегические и тактические аспекты ценовой политики организации. 5. Что такое политика жизненного цикла товара (ЖЦТ). Какие существуют стадии политики ЖЦТ: разработка и вступление товара на рынок; рост; зрелость; падение спроса; исчезновение товара с рынка. Характеристика стадий ЖЦТ. 6. Что такое политика цен на новый товар? Как она осуществляется? 7. Что такое дифференциация понятий установление цены на подлинную новинку и установление цены на новый товар-имитатор? 8. Как осуществляется выбор ценовой стратегии по матрице ?Цена-качество??

Тема 6. Стратегические подходы к ценообразованию.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Последовательность процедуры выбора стратегии ценообразования: маркетинговые исследования исходной информации; диагностика рынка; стратегический анализ (финансовый, сегментарный, конкурентный); выбор типа ценовой стратегии. Классификация основных видов ценовых стратегии: в зависимости от уровня цен; в зависимости от дифференциации рынков, сегментов и покупателей; в зависимости от агрессивности ценовой политики. Классическая типология ценовых стратегий. Содержание и варианты стратегии премиального ценообразования. Содержание и условия реализации стратегии ценового прорыва. Сущность стратегии нейтрального ценообразования.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Кратко охарактеризуйте последовательность процедуры выбора стратегии ценообразования: маркетинговые исследования исходной информации; диагностика рынка; стратегический анализ (финансовый, сегментарный, конкурентный); выбор типа ценовой стратегии. 2. Кратко охарактеризуйте классификацию основных видов ценовых стратегии: в зависимости от уровня цен; в зависимости от дифференциации рынков, сегментов и покупателей; в зависимости от агрессивности ценовой политики. 3. Классическая типология ценовых стратегий. 4. Содержание и варианты стратегии премиального ценообразования. 5. Содержание и условия реализации стратегии ценового прорыва. 6. Сущность стратегии нейтрального ценообразования.

Тема 7. Тактические аспекты ценовой политики.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Характеристика основных элементов тактики ценообразования. Экономические приемы тактики ценообразования. Скидки как элемент тактики ценообразования. Типы и виды скидок: по условиям платежа по системе зачетов; по классификации покупателей. Скрытые, особые и рекламные скидки. Условия эффективного применения скидок. Оптовые скидки: скидки за объем разовой закупки, ступенчатые скидки, кумулятивные скидки. Расчет фактических цен сделок. Использование наценок в коммерческой деятельности сделок. Психологические приемы тактики ценообразования. Учет нерациональности поведения покупателей при определении цен и условий продаж.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Что такое методы косвенного воздействия на формирование цены: путём изменения величины затрат в структуре себестоимости; путём регулирования доходов производителей и потребителей? 2. Назовите характеристику основных элементов тактики ценообразования. 3. Какие существуют экономические приемы тактики ценообразования? 4. Роль скидки как элемента тактики ценообразования. 5. Какие существуют типы и виды скидок: по условиям платежа по системе зачетов; по классификации покупателей? 6. Что такое скрытые, особые и рекламные скидки и как они действуют? 7. В чем условия эффективного применения скидок? 8. Что такое оптовые скидки: скидки за объем разовой закупки, ступенчатые скидки, кумулятивные скидки? 9. Как проводится расчет фактических цен сделок? 10. Как используют наценки в коммерческой деятельности сделок? 11. Какие существуют психологические приемы тактики ценообразования? 12. Учет нерациональности поведения покупателей при определении цен и условий продаж.

Тема 8. Методологические основы ценообразования: показатели, подходы, методы определения цены.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Характеристика альтернативных подходов к ценообразованию: противоречия затратного и коммерческого ценообразования. Сущность затратного ценообразования, достоинства и недостатки. Сравнительный анализ различных методов калькулирования себестоимости продукции. Калькулирование себестоимости по средним, полным, сокращенным издержкам. Способы распределения издержек. Методы калькулирования по сокращенным издержкам. Формирование портфеля заказов методом калькуляции себестоимости, основанным на распределении всех косвенных затрат по технологическим процессам (работам), ? методом ABC. Нижняя граница цены. Определение цены методами целевой прибыли. Затратные методы в оптовой и розничной торговле. Понятие экономической ценности товара. Условия и предпосылки применения ценностных (коммерческих) методов ценообразования. Последовательность этапов определения экономической ценности товара. Эволюция методов параметрического ценообразования. Удельное ценообразование: параметрический ряд, удельная цена, расчет удельных цен. Параметрическое ценообразование при одновременном изменении нескольких характеристик товара. Использование различных шкал при оценке значимости и степени изменения параметров товара. Экспертные методы ценообразования. Формирования экспертной группы. Метод ранговой корреляции. Оценка согласованности мнений экспертов: расчет коэффициента конкордации. Метод структурной аналогии. Агрегатный метод. Методы ценообразования на конкурсные проекты. Сущность и виды торгов. Ценообразование на продукцию, поставляемую по государственным контрактам. Законодательное регулирование государственных закупок в России. Качественный анализ условий торгов. Определение желательности победы в торгах с точки зрения задач развития фирмы в целом. Количественный анализ условий торгов. Выбор цены предложения. Определение вероятности победы в торгах. Определение цены для целей налогообложения. Обоснование для пересчета цены сделки; сделки между взаимозависимыми лицами; сделки по бартерным операциям; сделки по ценам, отклоняющимся более чем на 20 процентов от цен по идентичным товарам налогоплательщика за непродолжительный период. Понятие трансфертных цен, внутрифирменных расчетов. Методы трансфертного ценообразования, ориентированные на рыночную текущую цену товара; ориентированные на предельные издержки производства, ориентированные на полные издержки производства, ориентированные на договорные цены. Достоинства и недостатки методов трансфертного ценообразования.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Дайте характеристику альтернативных подходов к ценообразованию: противоречия затратного и коммерческого ценообразования. 2. В чем сущность затратного ценообразования, его достоинства и недостатки? 3. Проведите сравнительный анализ различных методов калькулирования себестоимости продукции. 4. Что такое калькулирование себестоимости по средним, полным, сокращенным издержкам? Какие существуют способы распределения издержек? Какие существуют методы калькулирования по сокращенным издержкам. 5. Как формируется портфель заказов методом калькуляции себестоимости, основанным на распределении всех косвенных затрат по технологическим процессам (работам) методом ABC? 6. Что такое нижняя граница цены? 7. Как определить цены методами целевой прибыли? 8. Что такое затратные методы в оптовой и розничной торговле? 9. Понятие экономической ценности товара. 10. Какие условия и предпосылки применения ценностных (коммерческих) методов ценообразования? 11. Кратко охарактеризуйте последовательность этапов определения экономической ценности товара. 12. Эволюция методов параметрического ценообразования. 13. Удельное ценообразование: параметрический ряд, удельная цена, расчет удельных цен. 14. Параметрическое ценообразование при одновременном изменении нескольких характеристик товара. 15. Использование различных шкал при оценке значимости и степени изменения параметров товара. 16. Что такое экспертные методы ценообразования? 17. Как формируется экспертная группа? 18. Метод ранговой корреляции. 19. Оценка согласованности мнений экспертов: расчет коэффициента конкордации. 20. Метод структурной аналогии. 21. Агрегатный метод. 22. Методы ценообразования на конкурсные проекты. 23. Сущность и виды торгов. 24. Ценообразование на продукцию, поставляемую по государственным контрактам. Законодательное регулирование государственных закупок в России. 25. Определение цены для целей налогообложения. 26. Обоснование для пересчета цены сделки; сделки между взаимозависимыми лицами; сделки по бартерным операциям; сделки по ценам, отклоняющимся более чем на 20 процентов от цен по идентичным товарам налогоплательщика за непродолжительный период. 27. Понятие трансфертных цен, внутрифирменных расчетов. Методы трансфертного ценообразования, ориентированные на рыночную текущую цену товара; ориентированные на предельные издержки производства, ориентированные на полные издержки производства, ориентированные на договорные цены. Достоинства и недостатки методов трансфертного ценообразования.

Тема 9. Тема 9. Анализ влияния цен на финансовые результаты экономической деятельности и практика управления затратами и ценами организации.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Классификация затрат для целей ценообразования. Затраты переменные, постоянные, полупостоянные. Понятие возвратных и невозвратных затрат, частично возвратные затраты. Экономическая модель безубыточности. Бухгалтерская модель безубыточности. Допущения, принятые при анализе бухгалтерской модели безубыточности. Математический анализ и задачи, решаемые на основе бухгалтерской модели безубыточности. Анализ безубыточности решения в ценообразовании. Зависимость финансовых результатов от уровня цен. Расчет точки безубыточности. Расчет масштабов продаж, необходимых для достижения целевой прибыли. Расчет и экономическая интерпретация запаса финансовой прочности. Анализ безубыточности решений. при изменении постоянных и (или) переменных затрат. Учет влияния изменения цен на финансовые результаты деятельности фирмы. Анализ безубыточности решений при изменении цен и затрат. Анализ безубыточности решений по изменению цен при продаже взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров. Принятие стратегических и тактических решений с учетом перспективы изменений затрат, цен и безубыточности производства. Определение структуры продукции при воздействии лимитирующих факторов. Принятие решений целесообразности снижения или повышения цен. Реакция организации на изменение цен конкурентов.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Кратко охарактеризуйте классификацию затрат для целей ценообразования. Затраты переменные, постоянные, полупостоянные. Понятие возвратных и невозвратных затрат, частично возвратные затраты. 2. Что такое экономическая модель безубыточности. 3. Что такое бухгалтерская модель безубыточности. 4. Какие существуют допущения, принятые при анализе бухгалтерской модели безубыточности. 5. Охарактеризуйте математический анализ и задачи, решаемые на основе бухгалтерской модели безубыточности? 6. Как проводится анализ безубыточности решения в ценообразовании? В чем проявляется зависимость финансовых результатов от уровня цен? 7. Как проводится расчет точки безубыточности? 8. Как проводится расчет масштабов продаж, необходимых для достижения целевой прибыли? 9. Как проводятся расчет и экономическая интерпретация запаса финансовой прочности? 10. Как проводится анализ безубыточности решений. при изменении постоянных и (или) переменных затрат? 11. Как учитывается влияние изменения цен на финансовые результаты деятельности фирмы? 12. Как проводится анализ безубыточности решений при изменении цен и затрат. 13. Как проводится анализ безубыточности решений по изменению цен при продаже взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров. 14. Как принимают стратегические и тактические решения с учетом перспективы изменений затрат, цен и безубыточности производства? 15. Как определяют структуру продукции при воздействии лимитирующих факторов? 16. Как принимают решения о целесообразности снижения или повышения цен? 17. Реакция организации на изменение цен конкурентов.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Тема 1. Сущность цены как экономической категории и ключевые концепции цены.	5		подготовка к презентации	2	презентация
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
2.	Тема 2. Тема 2. Система цен в экономическом механизме: виды, состав, структура.	5		подготовка к коллоквиуму	2	коллоквиум
				подготовка к письменной работе	2	письменная работа
3.	Тема 3. Тема 3.Ценообразование и структура рынка	5		подготовка к контрольной работе	2	контрольная работа
				подготовка к письменной работе	2	письменная работа
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
4.	Тема 4. Тема 4.Концепция регулирования цен.	5		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
5.	Тема 5. Тема 5.Политика цен и её содержание.	5		подготовка к устному опросу	4	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
6.	Тема 6. Тема 6. Стратегические подходы к ценообразованию.	5		подготовка к контрольной работе	2	контрольная работа
				подготовка к письменной работе	1	письменная работа
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
7.	Тема 7. Тема 7. Тактические аспекты ценовой политики.	5		подготовка к коллоквиуму	2	коллоквиум
				подготовка к презентации	2	презентация
8.	Тема 8. Тема 8. Методологические основы ценообразования: показатели, подходы, методы определения цены.	5		подготовка к письменной работе	2	письменная работа
9.	Тема 9. Тема 9. Анализ влияния цен на финансовые результаты экономической деятельности и практика управления затратами и ценами организации.	5		подготовка к коллоквиуму	2	коллоквиум
				подготовка к контрольной работе	2	контрольная работа
Итого					36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Освоение дисциплины ценообразование предполагает использование традиционных (лекции, практические занятия с использованием методических материалов), так и инновационных образовательных технологий с использованием в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: лекции в виде презентации с показом слайдов, применение мультимедийных средств: мультимедийного проектора, проекционного экрана и акустической системы.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Тема 1. Сущность цены как экономической категории и ключевые концепции цены.

презентация , примерные вопросы:

Сущность цены. Место и роль цены в структуре экономического знания. Основные теории концепции формирования цены: теория трудовой стоимости; теория прибавочной стоимости; теория факторов производства; теория издержек производства; теория предельной полезности; теория оптимума потребительского выбора; теория спроса и предложения. Эволюция теории цены: А. Смит, К. Маркс, Ж. Сэй, А. Маршалл, Дж. Кейнс, М. Фридман. Обобщающие характеристики базовых подходов к определению цены.

устный опрос, примерные вопросы:

1. Экономическая сущность цены. Место и роль цены в структуре экономического знания. 2. Кратко охарактеризуйте основные теории концепции формирования цены: теория трудовой стоимости; теория прибавочной стоимости; 3. Кратко охарактеризуйте: теория факторов производства; теория издержек производства; теория предельной полезности; теория оптимума потребительского выбора; теория спроса и предложения. 4. Как шла эволюция теории цены: от А. Смита, К. Маркса, Ж. Сэя до А. Маршалла, Дж. Кейнса, М. Фридмана. 5. Дайте обобщающие характеристики базовых подходов к определению цены.

Тема 2. Система цен в экономическом механизме: виды, состав, структура.

коллоквиум, примерные вопросы:

Система цен в экономике, принципы дифференциации цен. Классификация цен в зависимости от стадии товародвижения: оптовые, закупочные, розничные. Сфера применения, структурные элементы. Классификация цен в зависимости от участия государства и степени конкуренции: свободные, регулируемые, предельные, фиксированные. Характеристика цен по способу установления фиксации в договоре: твердые, подвижные, скользящие. Классификация цен в зависимости от способа получения информации: публикуемые, справочные, номинальные. Характеристика цены в зависимости от вида рынка: цены товарных аукционов, биржевые котировки, цены реальных контрактов, фьючерсные цены, цены торгов. Классификация цен в зависимости от способа отражения фактора времени: текущие, средние, сопоставимые. Приведение цен в сопоставимый вид. Классификация цен по условиям поставки: брутто-, франко цены. Сборник международных правил толкования торговых терминов Международной торговой палаты Инкотермс-2000 Дифференциация понятий состав и структура цены. Традиционные элементы структуры цены. Себестоимость ведущий элемент структуры цены. Текущие затраты, калькуляция себестоимости на единицу продукции, смета затрат. Прибыль, как ведущий источник доходности организации. Регулирование рентабельности в процессе ценообразования. Торговая надбавка. Налоги, выплачиваемые организацией, заложенные в цену товара. Прямые, косвенные налоги. Акцизы. Определение величины акциза.

письменная работа, примерные вопросы:

1. Какая существует система цен в экономике? Назовите принципы дифференциации цен. Какая существует классификация цен в зависимости от стадии товародвижения: оптовые, закупочные, розничные. Сфера применения, структурные элементы. Классификация цен в зависимости от участия государства и степени конкуренции: свободные, регулируемые, предельные, фиксированные. 2. Какая характеристика цен по способу установления фиксации в договоре: твердые, подвижные, скользящие. 3. Кратко охарактеризуйте классификацию цен в зависимости от способа получения информации: публикуемые, справочные, номинальные. 4. Дайте характеристику цены в зависимости от вида рынка: цены товарных аукционов, биржевые котировки, цены реальных контрактов, фьючерсные цены, цены торгов. 5. Какая существует классификация цен в зависимости от способа отражения фактора времени: текущие, средние, сопоставимые? Как приводят цены в сопоставимый вид? 6. Кратко охарактеризуйте классификацию цен по условиям поставки: брутто-, франко цены. Что такое сборник международных правил толкования торговых терминов Международной торговой палаты Инкотермс-2000, какая у него роль в международной торговле? 7. Дифференциация понятий состав и структура цены. Традиционные элементы структуры цены. 8. Себестоимость как ведущий элемент структуры цены. Текущие затраты, калькуляция себестоимости на единицу продукции, смета затрат. Прибыль, как ведущий источник доходности организации. 9. Как регулируется рентабельности в процессе ценообразования? 10. Экономическая сущность торговой надбавки. 11. Какие существуют налоги, выплачиваемые организацией, заложенные в цену товара? 12. Что такое прямые, косвенные налоги? 13. Что такое акцизы? Как определить величину акциза?

Тема 3. Ценообразование и структура рынка

контрольная работа , примерные вопросы:

Классификация рыночных структур с позиции механизма влияния на формирование рыночной цены. Ценообразование на рынке в совершенной конкуренции. Условия, необходимые для преобладания совершенной конкуренции. Оптимум объёма производства в условиях совершенной конкуренции. Парадокс экономической прибыли в модели конкурентного рынка. Характерные черты рынка монополистической конкуренции. Равновесие цены, объёма производства и затрат при монополистической конкуренции . Конкурентные преимущество организации в условиях монополистической конкуренции: дифференциация продукции, специализация продукции. Ценообразование на олигополистическом рынке. Модель ценовых войн Бертрана. Модель дуополии Курно. Условия возникновения картеля , специфика ценообразования при картельных сговорах. Квазимонополия ? модель лидерства в установлении цен. Дилемма олигополистов при установлении цен. Черты формирования монополистического рынка. Понятия: монополярная власть, монополия, двусторонняя монополия. Соотношение спроса, общей и предельной выручки монополиста. Максимизация прибыли монополиста . Ценовая дискриминация. Понятие монополярной власти и монополярное равновесие цены . Социальная цена монополии. Коэффициент монополярной власти А. Лернера. Методы определения уровня отраслевой концентрации, принятые в практике антимонопольного регулирования: пороговая доля рынка, индекс концентрации (CR); индекс Линда (IL), индекс Херфиндаля-Хиршмана (HHI) . Понятие естественной монополии. Цены на продукцию естественных монополий. Теория X-неэффективности. Рекомендации Федеральной антимонопольной службы (ФАС) по установлению цен естественным монополиями.

письменная работа , примерные вопросы:

1. Какие существуют признаки, определяющие структуру рынка: количество, размер организации; характер продукции; легкость входа (выхода) на рынок; доступность информации; степень влияния производителя на формирование цены? 2. Кратко охарактеризуйте классификацию рыночных структур с позиции механизма влияния на формирование рыночной цены. Ценообразование на рынке в совершенной конкуренции. 3. Какие условия необходимы для преобладания совершенной конкуренции? 4. Что такое оптимум объёма производства в условиях совершенной конкуренции? 5. В чем заключается парадокс экономической прибыли в модели конкурентного рынка? 6. Назовите характерные черты рынка монополистической конкуренции. 7. Что такое равновесие цены, объёма производства и затрат при монополистической конкуренции? В чем конкурентные преимущества у организации в условиях монополистической конкуренции: дифференциация продукции, специализация продукции? 8. Как осуществляется ценообразование на олигополистическом рынке? 9. Охарактеризуйте модель ценовых войн Бертрана. 10. Охарактеризуйте модель дуополии Курно. 11. Какие существуют условия возникновения картеля, в чем специфика ценообразования при картельных сговорах? Квазимонополия как модель лидерства в установлении цен. 12. Объясните дилемму олигополистов при установлении цен. 13. Какие черты формирования монополистического рынка существуют? 14. Понятия: монополярная власть, монополия, двусторонняя монополия. Соотношение спроса, общей и предельной выручки монополиста. Максимизация прибыли монополиста. 15. Что такое ценовая дискриминация? 16. Понятие монополярной власти и монополярное равновесие цены. Социальная цена монополии. 17. Что такое коэффициент монополярной власти А. Лернера? Какие существуют методы определения уровня отраслевой концентрации, принятые в практике антимонопольного регулирования: пороговая доля рынка, индекс концентрации (CR); индекс Линда (IL), индекс Херфиндаля-Хиршмана (HHI). 18. Что такое естественная монополия? Цены на продукцию естественных монополий. 19. Что такое теория X-неэффективности и в чем её экономическая суть? 20. Какие существуют рекомендации Федеральной антимонопольной службы (ФАС) по установлению цен естественным монополиями?

устный опрос , примерные вопросы:

Признаки, определяющие структуру рынка: количество, размер организации; характер продукции; легкость входа (выхода) на рынок; доступность информации; степень влияния производителя на формирование цены. Классификация рыночных структур с позиции механизма влияния на формирование рыночной цены. Ценообразование на рынке в совершенной конкуренции. Условия, необходимые для преобладания совершенной конкуренции. Оптимум объёма производства в условиях совершенной конкуренции. Парадокс экономической прибыли в модели конкурентного рынка. Характерные черты рынка монополистической конкуренции. Равновесие цены, объёма производства и затрат при монополистической конкуренции. Конкурентное преимущество организации в условиях монополистической конкуренции: дифференциация продукции, специализация продукции. Ценообразование на олигополистическом рынке. Модель ценовых войн Бертрана. Модель дуополии Курно. Условия возникновения картеля, специфика ценообразования при картельных сговорах. Квазимонополия? модель лидерства в установлении цен. Дилемма олигополистов при установлении цен. Черты формирования монополистического рынка. Понятия: монополярная власть, монополия, двусторонняя монополия. Соотношение спроса, общей и предельной выручки монополиста. Максимизация прибыли монополиста. Ценовая дискриминация. Понятие монополярной власти и монополярное равновесие цены. Социальная цена монополии. Коэффициент монополярной власти А. Лернера. Методы определения уровня отраслевой концентрации, принятые в практике антимонопольного регулирования: пороговая доля рынка, индекс концентрации (CR); индекс Линда (IL), индекс Херфиндала-Хиршмана (HHI). Понятие естественной монополии. Цены на продукцию естественных монополий. Теория X-неэффективности. Рекомендации Федеральной антимонопольной службы (ФАС) по установлению цен естественным монополиями.

Тема 4. Тема 4. Концепция регулирования цен.

устный опрос, примерные вопросы:

Взаимосвязь макро- и микро-регулирования цен: государственного и рыночного механизмов ценообразования. Понятие функции цены: внешнее содержание, внутренняя составляющая. Функции цены: учетная (измерительная); распределительная (перераспределительная); стимулирующая (регулирующая); балансирующая спрос и предложение. Государственное и правительственное регулирование рынка и цен. Цели и задачи государственного регулирования цен нормами Конституции РФ, Гражданского и Налогового кодекса РФ. Влияние вступления России в ВТО на уровень и структуру цен национального рынка. Правительственное регулирование цен (тарифов): перечня продукции производственно-технического назначения; товаров народного потребления; услуг отраслей топливно-энергетического комплекса. Регулирование цен на сельскохозяйственную продукцию. Регулирование транспортировки нефти и регулирование цен на коммунальные услуги. Основные сферы государственного регулирования естественных монополий. Саморегулирование цен. Общественное регулирование цен. Инфляция и методы её измерения в отечественной практике. Мониторные и немониторные факторы инфляции. Модель Ф. Кейгана. Основные показатели измерения инфляции: индекс цен; индекс покупательской способности рубля, индекс заработной платы, индекс реальных доходов населения, индекс потребительских цен на товары и услуги населению. Формы прямого воздействия государства на цены: замораживание цен; фиксирование цен и тарифов; установление предельных наценок, надбавок; декларирование цен. Методы косвенного воздействия на формирование цены: путём изменения величины затрат в структуре себестоимости; путём регулирования доходов производителей и потребителей.

Тема 5. Тема 5. Политика цен и её содержание.

устный опрос, примерные вопросы:

Сущность и задачи политики цен, осуществляемой государством. Принципы ценообразования: научная обоснованность цен; принцип целевой направленности цен; принцип непрерывности процесса ценообразования; принцип единства и контроля за соблюдением цен. Содержание понятий ценовая политика организации. Основные этапы процесса ценообразования: изучение рынка; определение целей ценовой политики; определение спроса; анализ и оценка издержек; анализ предложения и цен конкурентов; выбор метода ценообразования; установление окончательной цены. Стратегические и тактические аспекты ценовой политики организации. Политика жизненного цикла товара (ЖЦТ). Стадии политики ЖЦТ: разработка и вступление товара на рынок; рост; зрелость; падение спроса; исчезновение товара с рынка. Характеристика стадии ЖЦТ. Политика цен на новый товар. Дифференциация понятий установление цены на подлинную новинку и установление цены на новый товар-имитатор. Выбор ценовой стратегии по матрице «Цена-качество».

Тема 6. Стратегические подходы к ценообразованию.

контрольная работа , примерные вопросы:

Последовательность процедуры выбора стратегии ценообразования: маркетинговые исследования исходной информации; диагностика рынка; стратегический анализ (финансовый, сегментарный, конкурентный); выбор типа ценовой стратегии. Классификация основных видов ценовых стратегий: в зависимости от уровня цен; в зависимости от дифференциации рынков, сегментов и покупателей; в зависимости от агрессивности ценовой политики. Классическая типология ценовых стратегий. Содержание и варианты стратегии премиального ценообразования. Содержание и условия реализации стратегии ценового прорыва. Сущность стратегии нейтрального ценообразования.

письменная работа , примерные вопросы:

Стратегический анализ (финансовый, сегментарный, конкурентный); выбор типа ценовой стратегии. Классификация основных видов ценовых стратегий: в зависимости от уровня цен; в зависимости от дифференциации рынков, сегментов и покупателей; в зависимости от агрессивности ценовой политики. Классическая типология ценовых стратегий. Содержание и варианты стратегии премиального ценообразования. Содержание и условия реализации стратегии ценового прорыва. Сущность стратегии нейтрального ценообразования.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Кратко охарактеризуйте последовательность процедуры выбора стратегии ценообразования: маркетинговые исследования исходной информации; диагностика рынка; стратегический анализ (финансовый, сегментарный, конкурентный); выбор типа ценовой стратегии. 2. Кратко охарактеризуйте классификацию основных видов ценовых стратегий: в зависимости от уровня цен; в зависимости от дифференциации рынков, сегментов и покупателей; в зависимости от агрессивности ценовой политики. 3. Классическая типология ценовых стратегий. 4. Содержание и варианты стратегии премиального ценообразования. 5. Содержание и условия реализации стратегии ценового прорыва. 6. Сущность стратегии нейтрального ценообразования.

Тема 7. Тактические аспекты ценовой политики.

коллоквиум , примерные вопросы:

Характеристика основных элементов тактики ценообразования. Экономические приемы тактики ценообразования. Скидки как элемент тактики ценообразования. Типы и виды скидок: по условиям платежа по системе зачетов; по классификации покупателей. Скрытые, особые и рекламные скидки. Условия эффективного применения скидок. Оптовые скидки: скидки за объем разовой закупки, ступенчатые скидки, кумулятивные скидки. Расчет фактических цен сделок. Использование наценок в коммерческой деятельности сделок. Психологические приемы тактики ценообразования. Учет иррациональности поведения покупателей при определении цен и условий продаж.

презентация , примерные вопросы:

1. Что такое методы косвенного воздействия на формирование цены: путём изменения величины затрат в структуре себестоимости; путём регулирования доходов производителей и потребителей? 2. Назовите характеристику основных элементов тактики ценообразования. 3. Какие существуют экономические приемы тактики ценообразования? 4. Роль скидки как элемента тактики ценообразования. 5. Какие существуют типы и виды скидок: по условиям платежа по системе зачетов; по классификации покупателей? 6. Что такое скрытые, особые и рекламные скидки и как они действуют? 7. В чем условия эффективного применения скидок? 8. Что такое оптовые скидки: скидки за объём разовой закупки, ступенчатые скидки, кумулятивные скидки? 9. Как проводится расчет фактических цен сделок? 10. Как используют наценки в коммерческой деятельности сделок? 11. Какие существуют психологические приемы тактики ценообразования? 12. Учет иррациональности поведения покупателей при определении цен и условий продаж.

Тема 8. Методологические основы ценообразования: показатели, подходы, методы определения цены.

письменная работа , примерные вопросы:

1. Дайте характеристику альтернативных подходов к ценообразованию: противоречия затратного и коммерческого ценообразования. 2. В чем сущность затратного ценообразования, его достоинства и недостатки? 3. Проведите сравнительный анализ различных методов калькулирования себестоимости продукции. 4. Что такое калькулирование себестоимости по средним, полным, сокращенным издержкам? Какие существуют способы распределения издержек? Какие существуют методы калькулирования по сокращенным издержкам. 5. Как формируется портфель заказов методом калькуляции себестоимости, основанным на распределении всех косвенных затрат по технологическим процессам (работам) методом ABC? 6. Что такое нижняя граница цены? 7. Как определить цены методами целевой прибыли? 8. Что такое затратные методы в оптовой и розничной торговле? 9. Понятие экономической ценности товара. 10. Какие условия и предпосылки применения ценностных (коммерческих) методов ценообразования? 11. Кратко охарактеризуйте последовательность этапов определения экономической ценности товара. 12. Эволюция методов параметрического ценообразования. 13. Удельное ценообразование: параметрический ряд, удельная цена, расчет удельных цен. 14. Параметрическое ценообразование при одновременном изменении нескольких характеристик товара. 15. Использование различных шкал при оценке значимости и степени изменения параметров товара. 16. Что такое экспертные методы ценообразования? 17. Как формируется экспертная группа? 18. Метод ранговой корреляции. 19. Оценка согласованности мнений экспертов: расчет коэффициента конкордации. 20. Метод структурной аналогии. 21. Агрегатный метод. 22. Методы ценообразования на конкурсные проекты. 23. Сущность и виды торгов. 24. Ценообразование на продукцию, поставляемую по государственным контрактам. Законодательное регулирование государственных закупок в России. 25. Определение цены для целей налогообложения. 26. Обоснование для пересчета цены сделки; сделки между взаимозависимыми лицами; сделки по бартерным операциям; сделки по ценам, отклоняющимся более чем на 20 процентов от цен по идентичным товарам налогоплательщика за непродолжительный период. 27. Понятие трансфертных цен, внутрифирменных расчетов. Методы трансфертного ценообразования, ориентированные на рыночную текущую цену товара; ориентированные на предельные издержки производства, ориентированные на полные издержки производства, ориентированные на договорные цены. Достоинства и недостатки методов трансфертного ценообразования.

Тема 9. Анализ влияния цен на финансовые результаты экономической деятельности и практика управления затратами и ценами организации.

коллоквиум , примерные вопросы:

Вопросы для коллоквиума: 1. Понятие трансфертных цен, внутрифирменных расчетов. 2. Методы трансфертного ценообразования, ориентированные на рыночную текущую цену товара; ориентированные на предельные издержки производства, ориентированные на полные издержки производства, ориентированные на договорные цены. 3. Достоинства и недостатки методов трансфертного ценообразования. 4. Характеристика альтернативных подходов к ценообразованию: противоречия затратного и коммерческого ценообразования. 5. Сущность затратного ценообразования, достоинства и недостатки. 6. Сравнительный анализ Способы распределения издержек. 7. Методы калькулирования по сокращенным издержкам. 8. Формирование портфеля заказов методом калькуляции себестоимости, основанным на

контрольная работа , примерные вопросы:

1. Кратко охарактеризуйте классификацию затрат для целей ценообразования. Затраты переменные, постоянные, полупостоянные. Понятие возвратных и невозвратных затрат, частично возвратные затраты. 2. Что такое экономическая модель безубыточности. 3. Что такое бухгалтерская модель безубыточности. 4. Какие существуют допущения, принятые при анализе бухгалтерской модели безубыточности. 5. Охарактеризуйте математический анализ и задачи, решаемые на основе бухгалтерской модели безубыточности? 6. Как проводится анализ безубыточности решения в ценообразовании? В чем проявляется зависимость финансовых результатов от уровня цен? 7. Как проводится расчет точки безубыточности? 8. Как проводится расчет масштабов продаж, необходимых для достижения целевой прибыли? 9. Как проводятся расчет и экономическая интерпретация запаса финансовой прочности? 10. Как проводится анализ безубыточности решений. при изменении постоянных и (или) переменных затрат? 11. Как учитывается влияние изменения цен на финансовые результаты деятельности фирмы? 12. Как проводится анализ безубыточности решений при изменении цен и затрат. 13. Как проводится анализ безубыточности решений по изменению цен при продаже взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров. 14. Как принимают стратегические и тактические решения с учетом перспективы изменений затрат, цен и безубыточности производства? 15. Как определяют структуру продукции при воздействии лимитирующих факторов? 16. Как принимают решения о целесообразности снижения или повышения цен? 17. Реакция организации на изменение цен конкурентов.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Вопросы к зачету.

1. Сущность цены. Место и роль цены в структуре экономического знания.
2. Основные теории концепции формирования цены.
3. Обобщающие характеристики базовых подходов к определению цены.
4. Система цен в экономике, принципы дифференциации цен.
5. Классификация цен в зависимости от стадии товародвижения: оптовые, закупочные, розничные.
6. Сфера применения, структурные элементы. Классификация цен в зависимости от участия государства и степени конкуренции.
7. Характеристика цен по способу установления фиксации в договоре: твердые, подвижные, скользящие.
8. Классификация цен в зависимости от способа получения информации: публикуемые, справочные, номинальные.
9. Характеристика цены в зависимости от вида рынка: цены товарных аукционов, биржевые котировки, цены реальных контрактов, фьючерсные цены, цены торгов.
10. Классификация цен в зависимости от способа отражения фактора времени: текущие, средние, сопоставимые.
11. Приведение цен в сопоставимый вид. Классификация цен по условиям поставки: брутто-, франко цены.
12. Сборник международных правил толкования торговых терминов Международной торговой палаты Инкотермс-2000
13. Дифференциация понятий состав и структура цены. Традиционные элементы структуры цены.
14. Себестоимость ведущий элемент структуры цены. Текущие затраты, калькуляция себестоимости на единицу продукции, смета затрат.
15. Прибыль, как ведущий источник доходности организации.
16. Регулирование рентабельности в процессе ценообразования.
17. Торговая надбавка. Налоги, выплачиваемые организацией, заложенные в цену товара.
18. Прямые, косвенные налоги. Акцизы. Определение величины акциза.

19. Взаимосвязь макро- и микро-регулирующих цен: государственного и рыночного механизмов ценообразования.
20. Понятие функции цены: внешнее содержание, внутренняя составляющая.
21. Функции цены: учетная (измерительная); распределительная (перераспределительная); стимулирующая (регулирующая); балансирующая спрос и предложение.
22. Государственное и правительственное регулирование рынка и цен. Цели и задачи государственного регулирования цен нормами Конституции РФ, Гражданского и Налогового кодекса РФ.
23. Влияние вступления России в ВТО на уровень и структуру цен национального рынка.
24. Правительственное регулирование цен (тарифов): перечня продукции производственно-технического назначения; товаров народного потребления; услуг отраслей топливно-энергетического комплекса. Регулирование цен на сельскохозяйственную продукцию.
25. Регулирование транспортировки нефти и регулирование цен на коммунальные услуги. Основные сферы государственного регулирования естественных монополий. Саморегулирование цен. Общественное регулирование цен. Инфляция и методы её измерения в отечественной практике. Мониторные и немониторные факторы инфляции. Модель Ф. Кейгана.
26. Основные показатели измерения инфляции: индекс цен; индекс покупательской способности рубля, индекс заработной платы, индекс реальных доходов населения, индекс потребительских цен на товары и услуги населению.
27. Формы прямого воздействия государства на цены: замораживание цен; фиксирование цен и тарифов; установление предельных наценок, надбавок; декларирование цен.
28. Методы косвенного воздействия на формирование цены: путём изменения величины затрат в структуре себестоимости; путём регулирования доходов производителей и потребителей.
29. Характеристика основных элементов тактики ценообразования.
30. Экономические приемы тактики ценообразования.
31. Скидки как элемент тактики ценообразования. Типы и виды скидок: по условиям платежа по системе зачетов; по классификации покупателей. Скрытые, особые и рекламные скидки.
32. Условия эффективного применения скидок. Оптовые скидки: скидки за объём разовой закупки, ступенчатые скидки, кумулятивные скидки. Расчет фактических цен сделок.
32. Использование наценок в коммерческой деятельности сделок.
33. Психологические приемы тактики ценообразования. Учет нерациональности поведения покупателей при определении цен и условий продаж.
34. Последовательность процедуры выбора стратегии ценообразования.
35. Выбор типа ценовой стратегии. Классификация основных видов ценовых стратегий: в зависимости от уровня цен; в зависимости от дифференциации рынков, сегментов и покупателей; в зависимости от агрессивности ценовой политики.
36. Классическая типология ценовых стратегий. Содержание и варианты стратегии премиального ценообразования.
37. Содержание и условия реализации стратегии ценового прорыва.
38. Сущность стратегии нейтрального ценообразования.
40. Понятие трансфертных цен, внутрифирменных расчетов. Методы трансфертного ценообразования, ориентированные на рыночную текущую цену товара; ориентированные на предельные издержки производства, ориентированные на полные издержки производства, ориентированные на договорные цены.
41. Достоинства и недостатки методов трансфертного ценообразования.
42. Характеристика альтернативных подходов к ценообразованию: противоречия затратного и коммерческого ценообразования.
43. Сущность затратного ценообразования, достоинства и недостатки. Сравнительный анализ Способы распределения издержек.

44. Методы калькулирования по сокращенным издержкам.
45. Формирование портфеля заказов методом калькуляции себестоимости, основанным на распределении всех косвенных затрат по технологическим процессам (работам), ? методом ABC. Нижняя граница цены.
46. Определение цены методами целевой прибыли. Затратные методы в оптовой и розничной торговле.
47. Понятие экономической ценности товара. Условия и предпосылки применения ценностных (коммерческих) методов ценообразования. Последовательность этапов определения экономической ценности товара.
48. Эволюция методов параметрического ценообразования. Удельное ценообразование: параметрический ряд, удельная цена, расчет удельных цен.
49. Параметрическое ценообразование при одновременном изменении нескольких характеристик товара. Использование различных шкал при оценке значимости и степени изменения параметров товара.
50. Экспертные методы ценообразования. Формирования экспертной группы. Метод ранговой корреляции. Оценка согласованности мнений экспертов: расчет коэффициента конкордации. Метод структурной аналогии. Агрегатный метод.
51. Методы ценообразования на конкурсные проекты. Сущность и виды торгов. Ценообразование на продукцию, поставляемую по государственным контрактам. Законодательное регулирование государственных закупок в России.
52. Качественный анализ условий торгов. Определение желательности победы в торгах с точки зрения задач развития фирмы в целом.

7.1. Основная литература:

- Цены и ценообразование, Есипов, В.Е., 2008г.
- Ценообразование, Герасименко, Валентина Васильевна, 2007г.
- Практикум по ценообразованию, Бутакова, М.М.;Алгазина, Ю.Г.;Беляев, В.В.;Порошина, Е.Е., 2008г.
- Ценообразование, Салимжанов, Иньятулла Катдусович, 2008г.
- Ценообразование, Слепов, В.А., 2005г.
1. Ценообразование: Учебник / И.В. Липсиц. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, 2008. - 527 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0039-2, <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=136231>
 2. Ценообразование: Учебное пособие / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова; Под ред. В.А. Слепова; Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. - 144 с.: 60x88 1/16. (о) ISBN 978-5-9776-0165-8, <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=208289>

3. Ценообразование: Учебно-практическое пособие / П.Н. Шуляк; Российский государственный социальный университет (РГСУ). - 13-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012. - 196 с.: 60x84 1/16. (обложка) ISBN 978-5-394-01387-4, 1000 экз., <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=342026>
4. Ценообразование / Горина Г.А. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 127 с.: ISBN 978-5-238-01707-5, <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=883802>
5. Ценообразование: Учебник / Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю., Чайкина И.И., - 3-е изд., перераб. - М.:Дашков и К, 2017. - 248 с. ISBN 978-5-394-02663-8, <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=937490>

7.2. Дополнительная литература:

Цены и ценообразование: 500 вопросов и ответов, Чудаков, А.Д., 2005г.

Цены и ценообразование, Баздникин, Александр Сергеевич, 2008г.

Ценообразование, Липсиц, Игорь Владимирович, 2011г.

1. Ценообразование: теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.А. Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казарова; Ставропольский государственный аграрный университет. - 2-е изд., перераб. и доп. - Ставрополь: АГРУС, 2012. - 160 с. - ISBN 978-5-9596-0728-9, <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=515051>.
2. Лев, М. Ю. Ценообразование [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 'Финансы и кредит', 'Бухгалтерский учет, анализ и аудит', 'Мировая экономика', 'Налоги и налогообложение' / М. Ю. Лев. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 719 с. - ISBN 978-5-238-01463-0, <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=395746>.
3. Цены и ценообразование: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, О.В. Воронкова. - М.: Форум, 2009. - 208 с.: ил.; 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-91134-276-0, <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=153348>.
4. Управление ценами: Учебник / Карпов С.В., Русин В.Н., Рожков И.В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 236 с.: 60x90 1/16. - (Прикладной бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-9558-0432-3, <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=503947>.
5. Леманн, Д. Р. Управление продуктом [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 'Маркетинг', 'Коммерция', 'Менеджмент' / Дональд Р. Леманн, Рассел С. Винер; пер. с англ. - 4-е изд. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 719 с. - (Серия 'Зарубежный учебник'). - ISBN 0-07-286598-9 (англ.), ISBN 978-5-238-01331-2 (русск.), <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=395264>

7.3. Интернет-ресурсы:

Институт экономических проблем переходного периода - www.iet.ru

Международный валютный фонд - www.imf.ru

Министерство финансов РФ - www.minfin.ru

Министерство экономического развития и торговли РФ - www.economy.gov.ru

Федеральная служба государственной статистики - www.gks.ru

Федеральная служба по тарифам - www.fst.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Ценообразование" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

- компьютерные классы с выходом в Интернет;
- аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.01 "Экономика" и профилю подготовки Экономика предприятий и организаций .

Автор(ы):

Киреева-Каримова А.М. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Забирова Л.М. _____

"__" _____ 201__ г.