

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Талорский Д.А.

_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Ценовая политика Б1.В.ДВ.8

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Хаметова Н.Г.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

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

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

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

Регистрационный No 949981117

Казань
2017

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) доцент, к.н. (доцент) Хаметова Н.Г. кафедра маркетинга Институт управления, экономики и финансов , NGHametova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Основная цель курса 'Ценовая политика' состоит в получении знаний основных теоретических положений по ключевым вопросам теории цены и ценообразования:

- определения понятия цены;
- системы цен, их составу и структуре методики измерения цен;
- содержания ценовой политики;
- ценообразования в условиях инфляции;
- государственного регулирования цен.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.8 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.02 Менеджмент и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Программа составлена с учетом того, что студентами освоены такие дисциплины, как 'Теоретические основы товароведения', 'Логистика,', 'Инновационные технологии управления ресурсами организации', 'Система менеджмента качества', 'Финансовый учет и отчетность', 'Маркетинговые исследования'. Дисциплина является предшествующей для учебных курсов: ' Основы сервисной торговли', 'Управление продажами', 'Интернет маркетинг', 'Электронная коммерция', 'Сервис в торговле' и т.д.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-17 (профессиональные компетенции)	готовностью участвовать в реализации программы организационных изменений, способностью преодолевать локальное сопротивление изменениям

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- сущность цены как экономической категории, состав, структуру и функции цены;
- систему ценообразующих факторов и их роль в практике ценообразования;
- методы государственного регулирования цен в России и за рубежом;
- сущность и цели ценовой политики предприятия;
- особенности ценообразования в зависимости от структуры рынка;
- методы ценообразования на предприятиях различных отраслей экономики, в частности, минерально-сырьевого и топливно-энергетического комплексов;

- методику формирования цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.

2. должен уметь:

- определять ценовую стратегию предприятия с учетом специфики его деятельности и структуры рынка;

- принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства;

- выбирать и практически применять методы расчета цен на продукцию предприятия в конкретных условиях;

- определять экспортную цену с учетом базисных условий поставки; рассчитывать таможенную стоимость товара.

3. должен владеть:

- специальной терминологией настоящей учебной дисциплины;

- математическим аппаратом, необходимым расчета цен различными способами;

- инструментарием статистики цен.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 7 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	
1.	Тема 1. Понятие цены и ее роль в маркетинговом						

комплексе

7

1

2

2

0

Устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Ценообразующие факторы	7	2	2	2	0	Реферат
3.	Тема 3. Спрос и ценовая эластичность	7	3	2	2	0	Устный опрос Письменное домашнее задание
4.	Тема 4. Структура рынка и цены	7	4	2	2	0	Устный опрос
5.	Тема 5. Виды и структура цен	7	5	2	2	0	Письменное домашнее задание
6.	Тема 6. Себестоимость в составе цены	7	6	2	2	0	Устный опрос
7.	Тема 7. Затратные методы ценообразования	7	7-8	4	4	0	Письменное домашнее задание
8.	Тема 8. Рыночные методы ценообразования	7	9	2	2	0	Письменное домашнее задание
9.	Тема 9. Ценовая политика предприятия и государственное регулирование цен	7	10-11	4	4	0	Письменное домашнее задание
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	Зачет
	Итого			22	22	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие цены и ее роль в маркетинговом комплексе

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Цена: определение, значение, сущность и эволюция теории цены. Спрос и предложение. Использование теории спроса и предложения в практическом ценообразовании

практическое занятие (2 часа(ов)):

Спрос и предложение. Использование теории спроса и предложения в практическом ценообразовании. . Верно или не верно высказывание 1) В основе выполнения ценами учетно-контрольной функции лежит закон стоимости, отражающий в ценах общественно необходимые затраты труда на производство и реализацию продукции. 2) В зависимости от области применения различают: государственные цены и тарифы, свободные цены и тарифы. 3) Оптовые цены применяются в торговых организациях, это цены, по которым товары реализуются населению. 4) Мировые цены применяются во внешней торговле: на импортную и экспортную продукцию. 5) Предельные цены ? это цены, промежуточные между государственными и свободными ценами. 6) Функция потребления выражается в том, что через цены осуществляется связь между производителем и потребителем, между спросом и предложением. 7) Розничная цена состоит из оптовой отпускной цены и снабженческо-сбытовой надбавки. 8) Закупочные цены применяются и устанавливаются на с/х продукцию, приобретаемую у с/х товаропроизводителя. 9) В зависимости от вида рынка сбыта выделяют: биржевые, аукционные, комиссионные цены. 10) Предельные цены и тарифы устанавливают сами предприятия, фирмы с учетом спроса и предложения. Ключи: 1) Верно. 2) Неверно. (В зависимости от области применения различают: оптовые цены, розничные, тарифы, сметные цены строительства, закупочные цены, мировые цены.) 3) Неверно. (Розничные цены применяются в торговых организациях, это цены, по которым товары реализуются населению.) 4) Верно. 5) Верно. 6) Неверно. (Функция сбалансированности спроса и предложения выражается в том, что через цены осуществляется связь между производителем и потребителем, между спросом и предложением.) 7) Неверно. (Розничная цена состоит из отпускной цены и торговой надбавки.) 8) Верно. 9) Верно. 10) Неверно. (Свободные цены и тарифы устанавливают сами предприятия, фирмы с учетом спроса и предложения.)

Тема 2. Ценообразующие факторы

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие "магический треугольник": спрос, издержки и конкуренция. Спрос, как фактор ценообразования. Закон спроса и его эластичность, сегментация потребителей по степени чувствительности к цене. Факторы, формирующие представление о справедливости и несправедливости цены.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Роль и функции цены на рынке: измерительная, соизмерительная, учетная, регулирующая, социальная, стимулирующая, распределительная. Верно или не верно высказывание 1) Для успешного осуществления выбранного метода ценообразования необходимо учитывать ряд факторов, которые влияют на установление цен: имидж предприятия, географические факторы, влияние других субъектов рынка и ценовые скидки. 2) В общем случае цена и спрос находятся в прямо пропорциональной зависимости, то есть с увеличением цены спрос повышается или наоборот. 3) Если незначительное изменение цены ведет к существенному изменению спроса, то он считается эластичным. Неэластичный же такой спрос, который не претерпевает заметных изменений при колебании цены. 4) Переменные издержки применяются прямо пропорционально объему производства и в расчете на единицу товара остаются неизменными. 5) Применение политики низких цен оправдано, если: - продукция уникальна или надежно защищена патентом, - товар сложно разрабатывать или производить, - цена не является решающим фактором для покупателей данного товара, - размер рынка слишком мал, чтобы привлечь конкурентов, - необходимо много усилий, чтобы обучить потенциальных покупателей пользоваться данным товаром, - у фирмы ограниченные финансовые источники и нет возможности изыскать дополнительные средства. 6) Конкурент может понизить свою цену в связи с: - резким повышением спроса, - существенным падением цен в результате ценовой войны - ростом издержек. 7) На стадии роста фирма может достичь максимальной прибыльности, так как доля на рынке завоевана и относительно стабильна, отработана технология производства, налажены устойчивые каналы снабжения и сбыта. 8) Различают два основных типа товаров: товар-имитатор и товар-новинка. 9) С экономической точки зрения всю продукцию производственно-технического назначения можно разделить на 2 группы: - товары, приобретаемые однократно (элементы основного капитала) - товары, приобретаемые многократно (сырье, материалы, комплектующие). 10) Государство может влиять на процесс ценообразования тремя способами: - назначить фиксированную цену, - определить правила, в соответствии с которыми предприятия сами назначат регулируемые государством цены, - устанавливать рыночные правила игры, то есть вводить ряд запретов на недобросовестную конкуренцию и монополизацию рынка. Ключи: 1) Верно. 2) Неверно (Зависимость обратная, то есть с увеличением цены спрос падает). 3) Верно. 4) Верно. 5) Неверно (При данных условиях оправдано применение политики высоких цен). 6) Неверно (Конкурент может повысить цену по данным причинам). 7) Неверно (Это характеристика стадии зрелости). 8) Верно. 9) Неверно (Это группы товаров с точки зрения особенностей ценообразования). 10) Верно.

Тема 3. Спрос и ценовая эластичность

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Факторы, определяющие величину эластичности спроса по цене. Восприятие потребителем цены. Критерии, выдвигающиеся при совершении покупки. Категории покупателей.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Решение тематических задач по: 1. Установлению цен на различных типах рынков. 2. Основным формам ценовой дискриминации и их особенностям.

Тема 4. Структура рынка и цены

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Виды рыночной структуры. Установление цен на различных типах рынков. Основные формы ценовой дискриминации и их особенности. Маркетинговая на различных типах рынков.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Решение тематических задач по: 1. Установлению цен на различных типах рынков. 2. Основным формам ценовой дискриминации и их особенностям. Верно или неверно данное высказывание: 1. В цене находится наценка на себестоимость товара. 2. Метод на основе переменных затрат: этот метод предполагает не учитывать % наценки к переменным производственным затратам для каждого вида продукции. 3. Если используется полная производственная себестоимость, то наценка должна обеспечивать не только требуемый уровень рентабельности, но и покрывать непроизводственные расходы. 4. Метод рентабельности продаж. При его использовании %-ая наценка включается только в желаемую величину прибыли. При этом учитываются только постоянные затраты. 5. При использовании метода рентабельности активов учитывается минимальная желаемая норма рентабельности активов. 6. Установление цен на основе закрытых торгов, используется, когда на рынке компания является олигополистом. 7. Метод следования за лидером применяется при установлении цен на продукцию, ориентированные на цены конкурентов. 8. Метод сравнения удельных показателей используется для сравнения цен на рынке на этот товар с целью определить среднюю цену конкретного товара. 9. Агрегатный метод применяется при суммировании цен отдельных конструктивных частей изделия, которые входят в параметрический ряд с добавлением стоимости агрегатных узлов, зарплат, нормативных. Pr. 10. Метод экспертной оценки основан на результатах опроса населения о возможной рыночной ценности товара, размерах спроса на него и выборе предложения по цене.

Тема 5. Виды и структура цен

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Классификация цен: по характеру обслуживаемого оборота, по степени регулирования, по времени действия, по формам продажи, по степени обоснованности, по условиям поставки и продажи.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Решение тематических задач по: 1. Установлению цен на различных типах рынков. 2. Основным формам ценовой дискриминации и их особенностям.

Тема 6. Себестоимость в составе цены

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Виды себестоимости, используемые в практике ценообразования. Методы калькуляции себестоимости: метод полных издержек и метод предельных издержек

практическое занятие (2 часа(ов)):

Решение тематических задач по формированию цены с учетом себестоимости
Задача 1: Предприятие для производства 200 кондитерских изделий закупило сырье на сумму 1500 рублей с учетом НДС. Издержки производства изделий предприятием (без НДС) помимо затрат на сырье ? 600 рублей. Прибыль устанавливается предприятием в размере 25% от совокупных издержек. Ставка НДС на изделие ? 10%. Определите свободную отпускную цену промышленности на кондитерские изделия фирмы.
Задача 2: Предприятие производит ром с содержанием спирта 40%. Себестоимость 1 бутылки емкостью 0,7 л ? 1200руб. Прибыль устанавливается предприятием изготовителем в размере 25% от себестоимости. Ставка акциза 600 руб. за 1 л безводного (стопроцентного) этилового спирта, содержащегося в подакцизном товаре. Ставка НДС ? 20%. Торговая надбавка составляет 35% от отпускной цены предприятия. Рассчитайте розничную цену 1 бутылки рома.

Тема 7. Затратные методы ценообразования

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Затратный метод с учетом полных (или средних) издержек на производство продукции. Метод прямых (или предельных) затрат.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Решение тематических задач по Затратному методу с учетом полных (или средних) издержек на производство продукции, методу прямых (или предельных) затрат. Верно или не верно

выскарывание 1) При использовании метода рентабельности продаж процентная наценка включает только желаемую величину прибыли, и все затраты распределяются по единицам продукции. 2) Метод ценообразования на основании валовой прибыли используется, если предприятие удовлетворяет двум условиям: 1) стоимость активов, вовлеченных в производство каждого вида продукции, одинакова. 2) отношение переменных затрат к основным производственным расходам одинаково для каждого вида продукции. 3) Метод «средние издержки + прибыль» является наиболее популярным среди методов, базирующихся на затратах, поскольку цена рассчитывается самым простым способом. 4) К рыночным методам ценообразования можно отнести: - метод «средние издержки + прибыль» - метод на основе переменных затрат - метод на основании валовой прибыли - метод рентабельности продаж. При использовании метода рентабельности продаж процентная наценка включает только желаемую величину прибыли, и все затраты распределяются по единицам продукции. 5) Для определения точки безубыточности применяют методы: математический, маржинального дохода и географический. 6) В рыночных методах ценообразования учитываются конкурентные преимущества товаров и предприятий-производителей. 7) Метод установления цен на основе закрытых торгов используется в тех отраслях, где несколько фирм ведут серьезную конкуренцию за получение определенного контракта. 8) Особенностью рыночного метода следования за лидером является то, что цена, рассчитываемая с помощью этого метода, в первую очередь, учитывает спрос на данный товар. 9) Метод сравнения удельных показателей товаров заключается в суммировании цен отдельных частей изделия, которые входят в параметрический ряд, с добавлением стоимости агрегатных узлов, затрат на сборку и нормативной прибыли. 10) Метод регрессивного анализа требует продуманной организации работы с экспертами, поскольку основан на результатах опроса или комплексного суждения эксперта о возможной рыночной ценности товара, размерах спроса на него и выборки предложений о цене. Ключи: 1) Верно. 2) Неверно (При этих двух условиях используют метод ценообразования на основе переменных затрат). 3) Верно. 4) Неверно (Данные методы относятся к группе затратных методов). 5) Верно. 6) Верно. 7) Верно. 8) Неверно (Данная особенность свойственна методу установления цен на основе ощущаемой ценности товара) 9) Неверно (Это характеристика агрегатного метода). 10) Неверно (Это характеристика метода экспертной оценки потребительских достоинств товаров и предложение на этой основе уровня его цен).

Тема 8. Рыночные методы ценообразования

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Метод потребительской оценки (ориентация на спрос). Метод следования за лидером (ориентация на конкуренцию).

практическое занятие (2 часа(ов)):

Семинарское занятие: "Метод следования за лидером (ориентация на конкуренцию)" Задача 3: Закуплена импортная говядина на сумму 5 000 долларов по цене 2,5 доллара за кг. Ставка таможенной пошлины 25% от таможенной стоимости, но не менее 2,4 евро за 1 кг. Сборы за таможенное оформление составляют 30% от таможенной стоимости партии. НДС взимается при таможенном оформлении по ставке 20%. Рассчитайте оптовую цену 1 кг мяса, если оптовая надбавка составляет 18% от растаможенной стоимости партии без НДС, а курс евро и доллара на момент пересечения товаром границы был 63 и 58 рубля соответственно.

Тема 9. Ценовая политика предприятия и государственное регулирование цен

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Цели и задачи ценовой политики ценообразования с учетом жизненного цикла товара. Взаимосвязь цены и качества товара. Роль и значение государственного регулирования цен. Методы прямого воздействия государства на цены. Методы косвенного воздействия государства на цены.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Решение тематических задач по Взаимосвязи цены и качества товара. Роль и значение государственного регулирования цен Верно или не верно высказывание 1) Цель ? обеспечение сбыта ? главная цель предприятия, осуществляющего деятельность в условиях жесткой конкуренции, когда на рынке много производителей с аналогичными товарами. 2) Рынок монополистической конкуренции характеризуется множеством фирм, когда ни одна из них не может оказывать значительного влияния на уровень цен, поскольку каждой принадлежит небольшая доля рынка. Конкурирующие товары на данном рынке однородны и взаимозаменяемы. 3) Рынок олигополистической конкуренции возникает между немногими крупными предприятиями, товары которых могут быть как однородными, так и взаимозаменяемыми, отличными друг от друга. На дынный рынок фирмы проникают крайне сложно. 4) При затратном подходе цепочка выглядит как: Продукт-затраты-технология-ценность-цена-покупатель. 5) Косвенное государственное регулирование включает установление различных налогов (НДС, акцизов и других отчислений, включаемых в цену товаров). 6) Цель ценовой политики ? максимизация прибыли? заключается в сохранении предприятием соответствующего положения на рынке или благоприятных условий для своей деятельности. 7) Конкурентная стратегия включает в себя: снятие сливок, проникновение на рынок, сигнализацию ценами на рынке. 8) К запрещенным стратегиям ценообразования относятся: стратегия монополистического ценообразования, стратегия демпинговых цен, стратегии ценообразования, ведущие к нарушению установленного нормативными актами порядка ценообразования 9) В ценностном подходе ценность состоит из затрат и прибыли фирмы, а цена из ценности (т. е. затрат и прибыли фирмы) и выигрыша покупателя. 10) Максимизация прибыли может выражаться в следующем: -установление организацией стабильного дохода на ряд лет, соответствующего размеру средней прибыли -расчет роста цен, следовательно, и прибыли в связи с ростом капиталовложений -стремление к постепенному получению производственной прибыли, если предприятие уверено в благоприятном развитии бизнеса. Ключи: 1) Верно. 2) Неверно. Это рынок свободной конкуренции. 3) Верно. 4) Неверно. (Цепочка: Продукт-технология-затраты-цена-ценность-покупатель) 5) Верно. 6) Неверно. (Это цель ценовой политики ? удержание рынка.) 7) Верно. 8) Верно. 9) Неверно. (Цена состоит из затрат и прибыли фирмы, а ценность из цены (т. е. затрат и прибыли фирмы) и выигрыша покупателя.) 10) Неверно. (Максимизация прибыли может выражаться в следующем: -установление организацией стабильного дохода на ряд лет, соответствующего размеру средней прибыли -расчет роста цен, следовательно, и прибыли в связи с ростом капиталовложений -стремление к быстрому получению производственной прибыли, если предприятие не уверено в благоприятном развитии бизнеса.)

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. Понятие цены и ее роль в маркетинговом комплексе	7	1	подготовка к устному опросу	6	устный опрос
2.	Тема 2. Ценообразующие факторы	7	2	подготовка к реферату	6	реферат
3.	Тема 3. Спрос и ценовая эластичность	7	3	подготовка домашнего задания	3	письменное домашнее задание
				подготовка к устному опросу	3	устный опрос
4.	Тема 4. Структура рынка и цены	7	4	подготовка к устному опросу	8	устный опрос

№	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Виды и структура цен	7	5	подготовка домашнего задания	8	письменное домашнее задание
6.	Тема 6. Себестоимость в составе цены	7	6	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
7.	Тема 7. Затратные методы ценообразования	7	7-8	подготовка домашнего задания	8	письменное домашнее задание
8.	Тема 8. Рыночные методы ценообразования	7	9	подготовка домашнего задания	6	письменное домашнее задание
9.	Тема 9. Ценовая политика предприятия и государственное регулирование цен	7	10-11	подготовка домашнего задания	8	письменное домашнее задание
	Итого				64	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Реализация компетентного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (разбор конкретных ситуаций) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Процесс изучения дисциплины 'Ценообразование' включает в себя проведение лекционных занятий в соответствии с тематическим планом.

При изложении лекционного материала преподавателю рекомендуется использовать презентации в программе Power Point, электронный планшет, фрагменты видеоматериалов по теме лекции. Промежуточным контролем знаний студентов в течение и обучения являются контрольные работы по ключевым темам читаемой дисциплины. Особенное место при чтении курса занимают практические занятия. На практических занятиях при освоении новой темы студентам выдаются задания, направленные на закрепление практических навыков в данной предметной области. За выполнение задания студентам выставляются баллы. В конце семестра набранные баллы суммируются, студенты пишут контрольный тест на проверку закрепления практических знаний и умений, балл по которым также прибавляется к общему количеству баллов по текущему внутрисеместровому контролю (согласно балльно-рейтинговой системе оценки знаний). Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнительных часов к аудиторной работе - самостоятельной работы студентов. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и практических рекомендаций лидеров ценообразования России и ведущих российских и зарубежных компаний. Самостоятельная работа студента в процессе освоения дисциплины включает в себя:

- изучение основной и дополнительной литературы по курсу;
- работу с электронными учебными ресурсами;
- изучение Интернет-ресурсов;
- выполнение самостоятельной работы;
- индивидуальные и групповые консультации по наиболее сложным вопросам;

Формой итогового контроля знаний студентов является письменный экзамен, в ходе которого оценивается уровень теоретических знаний и навыки решения пенообразующих задач, выполняемых специалистом по ценам.

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

Тема 1. Понятие цены и ее роль в маркетинговом комплексе

устный опрос , примерные вопросы:

1. Цена, ее сущность и структура. 2. Механизм ценообразования и факторы, влияющие на цену. 3. Виды цен. Система цен.

Тема 2. Ценообразующие факторы

реферат , примерные темы:

1. Важность цены и ее связь с другими факторами маркетинга. Ценовая и неценовая конкуренция. Факторы, влияющие на решение предприятия по определению цен. 2. Методика расчета исходной цены. Особенности установления цен на новые товары. 3. Разработка и реализация ценовой стратегии предприятия (фирмы).

Тема 3. Спрос и ценовая эластичность

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Цена в экономической теории: а) теория спроса; б) теория предложения; в) теория равновесной цены; г) теория потребительского поведения. 4. Решение задач по теории цен

устный опрос , примерные вопросы:

1. Цена в деятельности предприятия. 2. Примеры роли ценообразования в деятельности российских предприятий, предприятий РБ, зарубежных предприятий. 3. Разбор ситуаций. 4. Цена в бизнес-плане.

Тема 4. Структура рынка и цены

устный опрос , примерные вопросы:

Изучение мнений по классификации методов учета затрат и калькулирования себестоимости продукции, а также современных методов калькулирования. Решение задач.

Тема 5. Виды и структура цен

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Изучение видов и структуры цен 1. Ценообразование во внешнеторговой деятельности. Инкотермс. 2. Тарифы на услуги транспорта. 3. Тарифы на коммунальные услуги. 4. Установление цен на научно-производственную продукцию. 5. Классификация цен в зависимости от новизны товара. 6. Тарифы на бытовые услуги.

Тема 6. Себестоимость в составе цены

устный опрос , примерные вопросы:

1. Виды, состав и структура оптовых цен на промышленную продукцию. 2. Влияние системы налогообложения на формирование цен и выручку предприятий. 3. Издержки производства, их понятие, управление затратами. 4. Косвенные налоги как составная часть цены, их расчет. 5. Определение прибыли в цене. 6. Влияние изменения цен на размер прибыли организаций. 7. Расчет наценки оптовой организации в цене. 8. Методика формирования цены на импортную продукцию

Тема 7. Затратные методы ценообразования

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

1. Понятие метода ценообразования. 2. Наиболее часто применяемые методы ценообразования российскими предприятиями. 3. Определение цены товара различными методами (ситуационные задачи).

Тема 8. Рыночные методы ценообразования

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

1. Важность цены и ее связь с другими факторами маркетинга. Ценовая и неценовая конкуренция. Факторы, влияющие на решение предприятия по определению цен. 2. Методика расчета исходной цены. Особенности установления цен на новые товары. 3. Разработка и реализация ценовой стратегии предприятия (фирмы).

Тема 9. Ценовая политика предприятия и государственное регулирование цен

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

1. Понятие ценовой политики. 2. Определение ценовой стратегии, ее виды. 3. Взаимосвязь уровня цены и ценовой стратегии. 4. Стратегии ценообразования на рынке чистой конкуренции. 5. Ценовые стратегии на рынке чистой монополии. 6. Роль ценовых стратегий на рынке монополистической конкуренции. 7. Особенности стратегий ценообразования на олигополистическом рынке. 8. Информация, необходимая для принятия решения по ценам, ее роль при установлении цены. 9. Назовите этапы установления, цены, охарактеризуйте их. 10. Исследуйте влияние на выбор ценовой стратегии учетной политики.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

1. Дать определение цены.
2. Основные этапы эволюции теории цены.
3. Какие факторы учитываются при определении цены на продукт?
4. Критерии, по которым определяется максимальная цена на продукт.
5. Критерии, определяющие минимальную цену на продукт.
6. Понятие сегментации потребителей по степени чувствительности к цене.
7. Понятие внешних и внутренних факторов ценообразования.
8. Ценообразование на рынке чистой конкуренции. Роль маркетинга при данном виде рынка.
9. Ценообразование при монополистической конкуренции. Роль маркетинга при данном типе рынка.
10. Ценообразование при олигополистической конкуренции. Роль маркетинга при данном типе рынка.
11. Ценообразование на рынке чистой монополии. Роль маркетинга при данном типе рынка.
12. Товар, его свойства и качество.
13. Ценообразование, исходя из классификации товара.
14. Что такое канал товародвижения?
15. Роль канала распределения в обеспечении эффективной маркетинговой деятельности.
16. Факторы, влияющие на выбор типа канала и стратегию распределения.
17. Что такое нетто- и брутто-ценообразование?
18. Дайте определение налогам, дотациям, таможенным пошлинам и квотам.
19. Что характеризует коэффициент прямой эластичности спроса?
20. В каких случаях достигается более высокая ценовая чувствительность.
21. Что характеризует коэффициент перекрестной эластичности спроса?
22. Какие товары называют взаимозаменяемыми?
23. Дайте определение взаимодополняющим товарам.
24. Какие товары называют независимыми?

25. Кто такие экономичные и персонифицированные покупатели и их отличие друг от друга?
26. Этичные и апатичные покупатели, их сходства и отличия.
27. Понятие "эффекта уникальности товара" и формирование цены на этот вид?
28. Назовите типы товаров?
29. Мотивы покупателя при выборе товара.
30. Дайте определение ценовой дискриминации.
31. Назовите виды ценовой дискриминации.
32. Как определяется рынок гомогенного блага?
33. Чем характеризуется рынок гетерогенного блага?
34. Что понимается под "ценовой войной".
35. Формы функционирования олигополистов.
36. Основные черты рынка монополистической конкуренции.
37. Что такое оптовые, закупочные и розничные цены?
38. К какому классу относятся цены: твердые, текущие, скользящие.
39. Дайте определение свободным, фиксированным и регулируемым ценам.
40. Что такое производственная себестоимость?
41. Элементы сметы затрат на производство.
42. Поэлементная классификация расходов.
43. Статьи калькуляции.
44. Что такое прямые затраты?
45. Преимущества, характерные при методе полных издержек.
46. Преимущества метода нормативных затрат.
47. Как определяется прибыль предприятия?
48. Что такое стратегия "снятия сливок"?
49. Маркетинговые исследования при изучении потенциального спроса.
50. Влияние проведение аукционов на процесс ценообразования.
51. Конкурентные преимущества предприятия.
52. Факторы, определяющие ценовую чувствительность потребителя.
53. Методы ценообразования, основанные на учете воспринимаемой ценности товара.
54. Какой жизненный цикл товара является для предприятия наиболее прибыльным?
55. На какой стадии ЖЦТ происходит "экономия на масштабах производства".
56. Направления, по которым проявляется государственное регулирование цен.
57. К какому методу вмешательства государства в процессе ценообразования относится "замораживание цен"?
58. Как осуществляется косвенное регулирование цен?
59. Что относится к естественным монополиям?
60. Что является основными задачами государственного регулирования цен продукции естественных монополий?

ТЕСТЫ

1. Какое определение цены наиболее применимо к современным условиям хозяйствования?
 1. Цена - денежное выражение стоимости товара.
 2. Цена - форма выражения ценности, полезности благ, проявляющаяся в процессе обмена.
 3. Цена - количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги.
 4. Цена - количество денег (других товаров или услуг, величина процента), за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги.
2. Чем определяется цена товара в рыночной экономике?
 1. Суммой денежных средств, затраченных на его покупку.
 2. Стоимостью товара.
 3. Полезностью товара.
 4. Спросом и предложением товара на рынке.
3. Какое из следующих утверждений в наибольшей степени соответствует рыночной экономике?
 1. Цены определяются государством.
 2. Цены определяются соотношением спроса и предложения.
 3. Цены контролируются государством.
 4. Закон предложения гласит:
 1. Существует обратная зависимость между ценой товара и объемом предложения.
 2. Существует прямая зависимость между ценой товара и объемом предложения.
 3. Эластичность спроса по цене всегда меньше, чем эластичность предложения по цене при данном уровне цен.
5. В чем различие изменения спроса и изменения объема спроса?
 1. Изменение спроса состоит из суммы изменений объема спроса.
 2. Изменение спроса - это сдвиг кривой спроса, а изменение объема спроса - это движение по кривой спроса.
 3. Изменение объема спроса происходит вследствие изменения неценовых факторов.
 4. Изменение спроса - это движение по кривой спроса, а изменение объема спроса - это сдвиг кривой спроса.
6. В какой из следующих ситуаций происходит изменение спроса?
 1. Доходы населения возрастают, в результате чего увеличивается объем продаж ювелирных изделий.
 2. Цены на стиральные машины фирма "Bosh" возросли, вследствие чего увеличился объем продаж стиральных машин фирмы "Indesit".
 3. Парикмахерская повышает цену за стрижку волос, что приводит к сокращению ее клиентов.
 4. Синтетические ткани признаны вредными для здоровья, поэтому объем их реализации сокращается.
7. Какое из перечисленных определений равновесной цены верно?
 1. Цена выше той, которая создает избыточный спрос.
 2. Цена, при которой нет ни дефицита, ни убытка.
 3. Все перечисленное выше справедливо.

4. Цена, устанавливаемая правительством.

8. Равновесие называется устойчивым, если:

1. В экономической системе, выведенной из состояния равновесия, возникают силы, возвращающие систему в исходное состояние.

2. Экономическая система очень часто выходит из состояния равновесия.

3. Экономическая система быстро приходит в состояние равновесия.

4. Исходное состояние системы устойчиво.

9. Когда спрос эластичен от цены?

1. Когда изменения цены сопровождаются незначительным изменением количества проданных товаров.

2. Когда процентное изменение цены сопровождается точно таким же процентным изменением количества проданных товаров.

3. Когда небольшие изменения цены приводят к значительным изменениям количества проданных товаров.

10. Как формируются цены в условиях рыночной экономики?

1. С ориентацией исключительно на изменение затрат в процессе производства.

2. Главным образом в зависимости от потребительских свойств продукции и спроса на нее.

3. С учетом спроса и предложения на рынке.

Примерные вопросы к зачету:

Темы рефератов:

1. Влияние налогов в системе ценообразования.

2. Виды косвенных налогов.

3. Акцизы и их виды.

4. Элементы снабженческо-сбытовой наценки в цене товара.

5. Торговые надбавки в цене товара.

6. Отражение транспортных затрат в цене.

7. Понятие "Инкотермс 2000".

8. Условие поставки товара по вариантам цены.

9. Параметрические методы ценообразования.

10. Территориальная дифференциация цен.

11. Показатели динамики цен.

12. Обоснования необходимости снижения (повышения) цен.

13. Изменение цен с помощью скидок.

14. Виды и методы расчета скидок.

15. Цены внешнеторговых контрактов.

16. Методы расчета цен внешнеторговых сделок.

17. Таможенная стоимость.

18. Методы определения таможенной стоимости.

19. Коммерческие поправки к внешнеторговым ценам.

20. Понятие трансферных цен.

21. Методы расчета трансферных цен.
22. Способы определения величины прибыли в трансферной цене.

7.1. Основная литература:

1. Герасимов Б. И. Цены и ценообразование: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, О.В. Воронкова. - М.: Форум, 2009. - 208 с // <http://znanium.com/bookread2.php?book=153348>
2. Шуляк П.Н. 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/bookread2.php?book=342026>
3. Паршин, В. Ф. Ценовая политика предприятия [Электронный ресурс] : пособие / В.Ф. Паршин. - Минск: Выш. шк., 2010. - 336 с. - ISBN 978-985-06-1789-7. <http://znanium.com/bookread2.php?book=506626>
4. Тарифная и ценовая политика в жилищной и коммунальной сферах: монография / А.Н. Ряховская, Ф.Г. Таги-Заде. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 124 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-16-011333-3 <http://znanium.com/bookread2.php?book=519772>

7.2. Дополнительная литература:

1. Клинов В.Г. Актуальные проблемы исследования экономической конъюнктуры: Сборник статей / В.Г. Клинов. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 264 с.: 60x88 1/16. (обложка) ISBN 978-5-9776-0264-8, 500 экз. // <http://znanium.com/bookread2.php?book=396144>
2. Слепов В. А. Ценообразование: Учебное пособие / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева и др.; Под ред. В.А. Слепова; Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 144 с.: 60x88 1/16. (о) ISBN 978-5-9776-0165-8, 500 экз. // <http://znanium.com/bookread2.php?book=208289>

7.3. Интернет-ресурсы:

- информационно-справочные системы - www.garant.ru
- информационно-справочные системы - www.consultant.ru
- информационно-справочные системы - ru.wikipedia.org
- поисковые системы - www.yandex.ru
- поисковые системы - www.garant.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Ценовая политика" 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.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

а) требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций, в т.ч. ноутбук, видеопроектор, экран настенный, др. оборудование или компьютерный класс.

б) требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: видеопроектор, ноутбук, переносной экран и др.

в) требования к специализированному оборудованию: мультимедийные средства и др.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки Маркетинг .

Автор(ы):

Хаметова Н.Г. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В. _____

"__" _____ 201__ г.