

Приложение
к рабочей программе дисциплины
«Финансовые аспекты ценообразования»

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
Институт управления, экономики и финансов
Отделение Менеджмента

Фонд оценочных средств по дисциплине
Название дисциплины Б1.В.В.14

Направление подготовки: *38.03.02 – Менеджмент*
Профиль подготовки: *финансовый менеджмент*
Квалификация выпускника: *бакалавр*
Форма обучения: *очное*
Язык обучения: *русский*
Год начала обучения по образовательной программе: *2017*
Автор(ы): *Гузельбаева Г.Т.*

СООТВЕТСТВИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЛАНИРУЕМЫМ РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ И КРИТЕРИЯМ ИХ ОЦЕНИВАНИЯ

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения*	Планируемые результаты обучения для данной дисциплины (практики)**	Критерии оценивания результатов обучения***				Оценочные средства****
			Неуд.	Удовл.	Хорошо	Отлично	
ПК-10 - владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	31 – знать теоретические основы финансовых аспектов ценообразования и их роль в формировании политики и стратегии ценообразования в компании	Знать теоретические основы сбора и методов анализа информации для выбора ценовой стратегии ценообразования	не знает теоретические основы финансовых аспектов ценообразования и их роль в формировании политики и стратегии ценообразования в компании	знает некоторые теоретические основы финансовых аспектов ценообразования и их роль в формировании политики и стратегии ценообразования в компании	знает теоретические основы финансовых аспектов ценообразования и их роль в формировании политики и стратегии ценообразования в компании	знает теоретические основы финансовых аспектов ценообразования и их роль в формировании политики и стратегии ценообразования в компании в полном объеме	ОС1
	32 – знать основные этапы анализа ценообразующих факторов для принятия управленческих решений, связанных с целью и задачами ценовой политики компании		не знает основные этапы анализа ценообразующих факторов для принятия управленческих решений, связанных с целью и задачами ценовой политики компании	знает некоторые основные этапы анализа ценообразующих факторов для принятия управленческих решений, связанных с целью и задачами ценовой политики компании	знает многие этапы анализа ценообразующих факторов для принятия управленческих решений, связанных с целью и задачами ценовой политики компании	знает все основные этапы анализа ценообразующих факторов для принятия управленческих решений, связанных с целью и задачами ценовой политики компании	
	33 – знать порядок подготовки и составления аналитического заключения по результатам анализа финансовых аспектов ценообразования для принятия управленческих решений, связанных с целью и задачами ценовой политики компании		не знает порядок подготовки и составления аналитического заключения по результатам анализа финансовых аспектов ценообразования для принятия управленческих решений, связанных с целью и задачами ценовой политики компании	знает некоторый порядок подготовки и составления аналитического заключения по результатам анализа финансовых аспектов ценообразования для принятия управленческих решений, связанных с целью и задачами ценовой политики компании	знает основной порядок подготовки и составления аналитического заключения по результатам анализа финансовых аспектов ценообразования для принятия управленческих решений, связанных с целью и задачами ценовой политики компании	знает в полной мере порядок подготовки и составления аналитического заключения по результатам анализа финансовых аспектов ценообразования для принятия управленческих решений, связанных с целью и задачами ценовой политики компании	

				литики компании			
У1 – уметь проводить элементарные аналитические расчеты в соответствии с поставленной задачей			не умеет проводить элементарные аналитические расчеты в соответствии с поставленной задачей	умеет проводить некоторые элементарные аналитические расчеты в соответствии с поставленной задачей	умеет проводить основные элементарные аналитические расчеты в соответствии с поставленной задачей	умеет в полной мере проводить элементарные аналитические расчеты в соответствии с поставленной задачей	
У2 – уметь анализировать и выявлять ценообразующие факторы, формировать оптимальную структуру издержек, исходя из целей ценообразования	Уметь применять методы анализа за финансовых аспектов ценообразования при решении конкретных задач ценообразования, логически		не умеет анализировать и выявлять ценообразующие факторы, формировать оптимальную структуру издержек, исходя из целей ценообразования	умеет частично анализировать и выявлять ценообразующие факторы, формировать оптимальную структуру издержек, исходя из целей ценообразования	умеет в основном анализировать и выявлять ценообразующие факторы, формировать оптимальную структуру издержек, исходя из целей ценообразования	умеет анализировать и выявлять ценообразующие факторы, формировать оптимальную структуру издержек, исходя из целей ценообразования в полной мере	
У3 – уметь применять стратегию ценообразования на основе анализа финансовых показателей деятельности предприятия, а также количественные и качественные методы анализа при принятии решений о цене	выстраивать информационную базу построения моделей конкурентной управленческой задачи		не умеет применять стратегию ценообразования на основе анализа финансовых показателей деятельности предприятия, а также количественные и качественные методы анализа при принятии решений о цене	умеет применять стратегию ценообразования на основе анализа финансовых показателей деятельности предприятия, а также некоторые количественные и качественные методы анализа при принятии решений о цене	умеет применять стратегию ценообразования на основе анализа финансовых показателей деятельности предприятия, а также многие количественные и качественные методы анализа при принятии решений о цене	умеет применять стратегию ценообразования на основе анализа финансовых показателей деятельности предприятия, а также количественные и качественные методы анализа при принятии решений о цене в полной мере	ОС2
В1 – владеть базовыми навыками сбора и обработки необходимой информации для проведения количественного и качественного анализа	Владеть инструментами количественного и качественного анализа внутренней и внешней информации для принятия решений в рамках задач		не владеет базовыми навыками сбора и обработки необходимой информации для проведения количественного и качественного анализа	владеет некоторыми навыками сбора и обработки необходимой информации для проведения количественного и качественного анализа	владеет базовыми навыками сбора и обработки необходимой информации для проведения количественного и качественного анализа	владеет в полной мере базовыми навыками сбора и обработки необходимой информации для проведения количественного и качественного анализа	ОС3

		ценообразова- вания				анализа	
	В2 – владеть составлением аналитических заключений на основе обработанной расчетной информации для решения задач ценообразования		не владеет составлением аналитических заключений на основе обработанной расчетной информации для решения задач ценообразования	владеет составлением некоторых аналитических заключений на основе обработанной расчетной информации для решения задач ценообразования		владеет составлением аналитических заключений на основе обработанной расчетной информации	
	В3 – владеть навыками самостоятельного определения цены в творческом задании на основе комплексного анализа информационной базы		не владеет навыками самостоятельного определения цены в творческом задании на основе комплексного анализа информационной базы	владеет навыками определения цены в творческом задании на основе комплексного анализа информационной базы	владеет некоторыми навыками самостоятельного определения цены в творческом задании на основе комплексного анализа информационной базы	владеет в полной мере навыками самостоятельного определения цены в творческом задании на основе комплексного анализа информационной базы	
ПК-14 умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета	31 – знать основные принципы и стандарты финансового учета	Знать основные методы управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета	не знает основные принципы и стандарты финансового учета	знает некоторые основные принципы и стандарты финансового учета	знает большую часть основных принципов и стандартов финансового учета	знает все основные принципы и стандарты финансового учета	ОС1
	32 – знать основные принципы и стандарты финансового учета для формирования ценовой политики и финансовой отчетности организации		не знает основные принципы и стандарты финансового учета для формирования ценовой политики и финансовой отчетности организации	знает некоторые основные принципы и стандарты финансового учета для формирования ценовой политики и финансовой отчетности организации	знает большую часть основных принципов и стандартов финансового учета для формирования ценовой политики и финансовой отчетности организации	знает все основные принципы и стандарты финансового учета для формирования ценовой политики и финансовой отчетности организации	
	33 – знать основные методы управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета		не знает основные методы управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета	знает некоторые основные методы управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета	знает основные методы управления затратами	знает основные методы управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета	
	У1 – уметь калькулировать и анали-		Уметь при- менять стратегию	не умеет калькулировать и анализировать	умеет калькулировать и анализируют	умеет калькулировать и анализировать	

	зировать себестоимость продукции, анализировать конкурентную среду отрасли и исследовать поведение потребителей на рынках с разным уровнем конкуренции	ценообразования на основе анализа финансовых показателей деятельности предприятия	себестоимость продукции, анализировать конкурентную среду отрасли и исследовать поведение потребителей на рынках с разным уровнем конкуренции	вать себестоимость продукции, но не умеет анализировать конкурентную среду отрасли и исследовать поведение потребителей на рынках с разным уровнем конкуренции	себестоимость продукции, анализировать конкурентную среду отрасли	себестоимость продукции, но не умеет анализировать конкурентную среду отрасли и исследовать поведение потребителей на рынках с разным уровнем конкуренции	
	У2 – уметь анализировать влияние издержек на формирование цены и прибыли и выявлять факторы, влияющие на эффективное ценообразование		не умеет анализировать влияние издержек на формирование цены и прибыли и выявлять факторы, влияющие на эффективное ценообразование	умеет анализировать влияние издержек на формирование цены и прибыли, не умеет выявлять факторы, влияющие на эффективное ценообразование	умеет анализировать влияние издержек на формирование цены и прибыли и выявлять некоторые факторы, влияющие на эффективное ценообразование	умеет анализировать влияние издержек на формирование цены и прибыли и выявлять факторы, влияющие на эффективное ценообразование в полной мере	
	У3 – уметь формировать оптимальную структуру издержек, исходя из целей ценообразования и разрабатывать рекомендации формирования оптимальной цены конкретного товара		не умеет формировать оптимальную структуру издержек, исходя из целей ценообразования и разрабатывать рекомендации формирования оптимальной цены конкретного товара	умеет формировать оптимальную структуру издержек, исходя из целей ценообразования, не умеет разрабатывать некоторые рекомендации формирования оптимальной цены конкретного товара	умеет формировать оптимальную структуру издержек, исходя из целей ценообразования, умеет разрабатывать некоторые рекомендации формирования оптимальной цены конкретного товара	умеет формировать оптимальную структуру издержек, исходя из целей ценообразования, умеет разрабатывать рекомендации формирования оптимальной цены конкретного товара в полной мере	
	В1 – владеть навыками калькулирования и анализа себестоимости продукции, определения границ цены	Владеть практическими навыками выстраивания стратегии ценообразования на основе анализа поведения потребителей и анализа рынка	не владеет навыками калькулирования и анализа себестоимости продукции, определения границ цены	владеет навыками калькулирования и анализа себестоимости продукции, не владеет навыками определения границ цены	владеет навыками калькулирования и анализа себестоимости продукции, некоторыми навыками определения границ цены	владеет навыками калькулирования и анализа себестоимости продукции, определения границ цены в полной мере	ОСЗ
	В2 – владеть навыками разработки мар-		не владеет навыками разработки мар-	владеет навыками разработки	владеет некоторыми навыками раз-	владеет навыками разработки марке-	

	кетинговой стратегии и планирования и осуществления мероприятий, направленные на реализацию ценовой стратегии		кетинговой стратегии и планирования и осуществления мероприятий, направленные на реализацию ценовой стратегии	маркетинговой стратегии и планирования	работки маркетинговой стратегии и планирования и осуществления мероприятий, направленные на реализацию ценовой стратегии	кетинговой стратегии и планирования и осуществления мероприятий, направленные на реализацию ценовой стратегии в полной мере	
	ВЗ – владеть практически навыками выстраивания стратегии ценообразования на основе анализа поведения потребителей и анализа рынка		не владеет практически навыками выстраивания стратегии ценообразования на основе анализа поведения потребителей и анализа рынка	владеет практически навыками выстраивания стратегии ценообразования	владеет основными практически навыками выстраивания стратегии ценообразования на основе анализа поведения потребителей и анализа рынка	владеет практически навыками выстраивания стратегии ценообразования на основе анализа поведения потребителей и анализа рынка в полной мере	

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА И ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ПРОВЕРКИ
ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ,
НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИ-
РОВАНИЯ
КОМПЕТЕНЦИЙ*******

I. Текущий контроль

ОС1. Устный опрос.

Тема 1. Роль цены. Функции цены. Тема 2. Система цен и их классификация, Тема 3. Политика ценообразования и факторы ее определяющие

Количество баллов по БРС за эту форму контроля (из 50): - 10 баллов
Формулировки заданий (с указанием баллов):

1. Роль и место цены .

2. Функции цены: учетно- измерительная, распределительная, регулирующая, стимулирующая.

3. Система цен

4. Классификация цен в зависимости от сферы товарного обращения;

5. Классификация цен в зависимости от степени свободы от воздействия государства;

6. Классификация цен по способу установления;

7. Классификация цен в зависимости от вида рынка; .

8. Классификация цен в зависимости от территории действия;

9. Классификация цен с учетом фактора времени;

10. Классификация цен по способу получения информации об уровне цен;

Классификация цен по условиям поставки и продажи.

11. Политика ценообразования

12. Влияние издержек на цену товара

8-10 баллов - В ответе качественно раскрыто содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.

5-7 баллов - Основные вопросы темы раскрыты. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован хороший уровень понимания материала. Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.

3-6 баллов - Тема частично раскрыта. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.

0-2 балла - Тема не раскрыта. Понятийный аппарат освоен неудовлетворительно. Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения

ОС2. Контрольная работа .

Тема 4. Влияние спроса на цену товара. Тема 5. Влияние издержек на цену товара.

Тема 6. Этапы установления исходной цены. Тема 7. Затратные методы

Количество баллов по БРС за эту форму контроля (из 50): - 10 баллов

Формулировки заданий (с указанием баллов)

Открытые вопросы:

1. Стратегическое ценообразование, проактивное ценообразование
2. Параметрические методы установления цены
3. Экономическое обоснование изменения цены
4. Ценообразование на основе ценностей
5. Тактика ценообразования

Тестовые вопросы:

1. Затратная цена это:

- а) стоимость основных фондов плюс прибыль
- б) амортизация плюс маржинальная прибыль плюс налоги
- в) амортизация плюс материальные затраты плюс расходы на оплату труда плюс налоги плюс прибыль
- г) переменные затраты плюс постоянные затраты

2. Рыночная цена отражает:

- а) затраты на производство товара
- б) затраты на продвижение и сбыт товара
- в) ценность товара для потребителя
- г) прибыль для продавца

3. Цена это категория:

- а) производственная
- б) деловых переговоров
- в) рыночная
- г) нормативная

4. Какую функцию выполняет цена при осуществлении связи между спросом и предложением:

- а) стимулирующую
- б) распределительную
- в) информационную
- г) сбалансирования

5. При какой функции натурально-вещественная форма товаров преобразуется в стоимостную, получает денежную оценку

- а) измерительной
- б) перераспределительной
- в) учетной
- г) регулирующей

6. По оптовым ценам:

- а) реализуются крупные партии товара
- б) реализуется товар промежуточному потребителю
- в) товар приобретает для конечного потребителя
- г) товар продается населению

7. В условиях инфляции покупателю более выгодна цена:

- а) твердая
- б) подвижная
- в) скользящая
- г) розничная

8. Не включается в свободную закупочную цену:

- а) оптовая отпускная цена
- б) снабженческо-сбытовая наценка
- в) прибыль производителя
- г) торговая надбавка

9. Расчет цены на базе затрат осуществляется в:

- а) бухгалтерии
- б) финансовом отделе
- в) плановом отделе
- г) отделе сбыта и маркетинга

10. Цена при рыночном подходе определяется:
- а) после определения уровня продаж, расчета затрат и уровня рентабельности
 - б) до начала изготовления товара
 - в) во время заключения контракта
 - г) на совещании у генерального директора
11. Издержки производства:
- а) определяют цену
 - б) влияют на установление цены
 - в) определяют объем продаж
 - г) определяют прибыль
12. На доходность влияют только затраты
- а) дополнительные
 - б) постоянные издержки
 - в) переменные
 - г) совокупные
13. На рынке свободной конкуренции политика ценообразования характеризуется как:
- а) сговор
 - б) адаптивная
 - в) маркетинговое ценообразование
 - г) приспособления к ведущим конкурентам
14. Что относится к дополнительным затратам?
- а) переменные затраты
 - б) переменные затраты и часть постоянных издержек
 - в) коммерческие расходы
 - г) инвестиционные затраты
15. Постоянные затраты становятся переменными, когда:
- а) при определенных объемах производства
 - б) при изменении цены
 - в) когда продажи выходят за определенные пределы
 - г) при выполнении нового заказа
16. Прибыль производителя при прочих равных условиях зависит от:
- а) объемов продаж
 - б) структуры переменных и постоянных затрат
 - в) соотношения переменных и постоянных затрат
 - г) выхода на новые рынки сбыта
17. Степень влияния изменения цены на прибыль при прочих равных условиях зависит от:
- а) объемов продаж
 - б) структуры переменных и постоянных затрат
 - в) соотношения переменных и постоянных затрат
 - г) выхода на новые рынки сбыта
18. Чем выше доля переменных затрат (удельных затрат) в цене, тем цена оказывает
- а) большее влияние на прибыль
 - б) меньшее влияние на прибыль
 - в) не оказывает никакого влияния
19. Для увеличения прибыли компании финансисты предлагают:
- а) снизить цены
 - б) увеличить цены
 - в) держать объемы продаж на уровне безубыточности
 - г) увеличить расходы на рекламу
20. Задачами маркетологов являются:
- а) держать объемы продаж на уровне безубыточности
 - б) прогнозировать объемы производства
 - в) обеспечить необходимый объем продаж
 - г) составлять бюджет коммерческих расходов

21. Безубыточный объем продаж -это

- а) такой объем производства, при котором предприятие имеет рентабельность 15%
- б) такой объем продаж, при котором выручка покрывает совокупные издержки и получает необходимую прибыль
- в) минимальный объем продаж, при котором выручка фирмы полностью покрывает совокупные затраты
- г) такой объем продаж, при котором выручка покрывает переменные затраты и коммерческие расходы

22. Если фирма продает меньше, чем безубыточный объем продаж, то она будет.

- а) получать прибыль
- б) получать убытки
- в) нет финансового результата
- г) верно б и в

8-10 баллов - Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом.

Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

6-7 баллов - Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки.

Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

3-5 баллов - Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки.

Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

0-2 балла - Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий

ОС3. Творческое задание (кейсы).

Тема 8. Установление цены на основе сопоставления издержек и спроса. Тема 9. Ценностный метод установления цены. Тема 10. Параметрические методы установления цены. Тема 11. Экономическое обоснование изменения цены. Тема 12. Стратегии ценообразования.

Количество баллов по БРС за эту форму контроля (из 50): - 30 баллов.

Формулировки заданий (с указанием баллов)

1. На примере практической ситуации определить реальную цену и установить цену на основе ценности (желательно выше).
2. Провести тестирование ценностей в аудитории
3. Скорректировать цену и предлагаемые ценности, провести итоговый опрос.

Предлагаемые сферы:

- Рынок детского питания
- Рынок соков
- Рынок йогуртов
- Рынок мясной продукции
- Рынок автомобилей и т.п.

24-30 баллов - Продемонстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.

17-23 балла - Продемонстрирован средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.

15-22 балла - Продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.

0-14 баллов -Продемонстрирован неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам

II. Промежуточная аттестация

Формулировки экзаменационных вопросов / заданий (с указанием баллов)- зачет 50 баллов.

Вопросы к зачету с оценкой:

1. Цели и методы государственного регулирования цен в рыночной экономике.
2. Способы прямого государственного регулирования цен в рыночной экономике.
3. Субъекты государственного регулирования цен, их функции.
4. Классификация цен в зависимости от стадии движения товара. Структура цен.
5. Классификация цен в зависимости от степени вмешательства государства. Уровни государственного регулирования цен.
6. Классификация цен по способу фиксации в контракте.
7. Классификация цен по учету фактора времени.
8. Ценообразование на рынке свободной конкуренции.
9. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции.
10. Ценообразование в условиях олигополии и монополии.
11. Функции цен.
12. Эластичность спроса по цене. Расчет дуговых коэффициентов эластичности.
13. Виды товаров по ценовой эластичности спроса. Учет ценовой эластичности спроса при принятии ценовых решений.
14. Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса.
15. Эластичность спроса по доходам.
16. Перекрестная эластичность спроса. Признаки взаимозаменяемости товаров.
17. Изучение реакции покупателей на изменение цен по данным о фактических покупках.
18. Изучение реакции покупателей на изменение цен по данным о предпочтениях и намерениях покупателей.
19. Графическое изображение бухгалтерской и экономической моделей безубыточности.
20. Бухгалтерская модель безубыточности. Расчет точки безубыточности. Допущения, принятые при построении бухгалтерской модели безубыточности.
21. Анализ безубыточности решений по изменениям цен при постоянстве затрат.
22. Анализ безубыточности решений по изменению постоянных и переменных издержек.
23. Анализ безубыточности решений по изменению цен при продаже взаимозаменяемых товаров.
24. Анализ безубыточности решений по изменению цен при продаже взаимодополняемых товаров.
25. Сущность стратегии ценообразования. Содержание работ по определению стратегии ценообразования.
26. Стратегии конкурентного ценообразования.
27. Вопросы ценообразования в Налоговом Кодексе Российской Федерации. Методы определения рыночной цены.
28. Вопросы ценообразования в Налоговом Кодексе Российской Федерации. Порядок контроля со стороны налоговых органов за уровнем цен.
29. Вопросы ценообразования в Гражданском Кодексе Российской Федерации.
30. Стратегия дифференцированного ценообразования. Оценка условий применения.
31. Географические стратегии ценообразования.
32. Затратные методы ценообразования. Сущность, достоинства, недостатки, условия применения.
33. Сравнительный анализ калькулирования по полным и по сокращенным затратам.
34. Нижняя граница цены.
35. Ценностный подход к ценообразованию. Сущность, последовательность расчетов.

36. Ценообразование на конкурсные проекты. Виды торгов.
37. Параметрические методы ценообразования.
38. Скидки как элемент тактики ценообразования. Виды скидок.
39. Скидки за объем. Виды, условия применения, способы расчета.
40. Экономическое обоснование заявки на участие в торгах.
41. Понятие и сущность цены в рыночной экономике.
42. Государственное регулирование цен: цели и задачи.
43. Формы и методы регулирования цен.
44. Виды издержек и методы калькулирования, используемые в регулируемых ценах.
45. Методы формирования цены.
46. Методы ценообразования, основанные на учете спроса.
47. Методы ценообразования, основанные на учете конкуренции.
48. Классификация цен.
49. Виды цен.
50. Цены и налоги.
51. Налог на добавленную стоимость, акцизы.
52. Таможенные платежи и пошлины.
53. Ценообразование на рынке ценных бумаг.
54. Ценообразование в системе страхования.
55. Таможенные пошлины: сущность, виды, функции, принципы дифференциации.
56. Биржевые котировки.
57. Тарифы на электрическую и тепловую энергию.
58. Оптовые цены на природный газ.
59. Тарифы на перевозку железнодорожным транспортом.
60. Тарифы на услуги связи.
61. Тарифы на услуги ЖКХ.
62. Контрактное ценообразование.
63. Цены на сельскохозяйственную продукцию.
64. Цены на продовольственные товары.
65. Снабженческо - сбытовые и торговые надбавки.
66. Формирование цен на товары (продукцию), поступающие по импорту.

«отлично» - Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала;

«хорошо» - Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;

«удовлетворительно» - Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя;

«неудовлетворительно» - Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине