

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования

«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Филиал в г. Хасавюрте

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Направление подготовки
38.03.01 - Экономика (уровень бакалавриата)

Профиль подготовки
«Финансы и кредит»

Квалификация:
бакалавр

Форма обучения:
очная, заочная

Статус дисциплины: *вариативная (дисциплина по выбору)*

Хасавюрт, 2019

Рабочая программа дисциплины «Цены и ценообразование» составлена в 2019 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриат), утвержденный Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 ноября 2015 года №1327.

Автор-составитель:

Магомедов Магомедзагид Анварович - кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономических дисциплин филиала ДГУ в г. Хасавюрте

Рабочая программа дисциплины одобрена: на заседании
кафедры экономических дисциплин филиала ДГУ в г.Хасавюрте
протокол № 7 от «25» марта 2019 г.

Заведующий кафедрой
к. э. н., доцент



М.-З. А. Магомедов

на заседании учебно-методической комиссии от филиала ДГУ в Хасавюрте
протокол №7 от «28» марта 2019 года.

Председатель


(подпись)

А.М.Шахбанов

Аннотация рабочей программы (модуля)

«Цены и ценообразование»

Дисциплина «Цены и ценообразование» входит в вариативную часть (дисциплина по выбору) образовательной программы бакалавриата по направлению 38. 03. 01 - Экономика.

Дисциплина реализуется кафедрой экономических дисциплин.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основных понятий, принципов и методов ценообразования в условиях рыночной экономики; принципы разработки ценовой политики фирм; ценообразование на различных типах рынков; цены и рыночная инфраструктура; государственное регулирование цен; ценообразование на мировом рынке; риск в ценообразовании и страхование цен; ценообразование в условиях инфляции и т.д.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника:

- общекультурных – ОПК- 1; профессиональных – ПК-1.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольной работы, промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 3 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий (108 часов).

Очная форма

Семестр	Учебные занятия						Форма промежуточной аттестации
	в том числе						
	Контактная работа обучающихся с преподавателем						
	из них						
	Всего	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Контроль	СР	
5	108	18	-	32	36	22	Экзамен

Заочная форма

Семестр	Учебные занятия						Форма промежуточной аттестации
	в том числе						
	Контактная работа обучающихся с преподавателем						
	из них						
	Всего	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Контроль	СР	
4	108	4	-	10		94	Экзамен

1. Цели освоения дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Цены и ценообразование» является освоение студентами теоретических и практических материалов, на основе которых они должны уметь анализировать складывающиеся тенденции ценообразования на рынке и рассчитывать уровни цен на товары и услуги.

Указанная цель достигается посредством решения следующих задач:

- приобретение студентами комплексных знаний в области ценообразования в современных условиях;

- формирование умения студентами анализировать особенности ценообразования на различных типах рынков, целостного представления о теории и практике ценообразования, формах и методах проведения ценовой политики фирмами и государством и в приобретении практических навыков в обосновании уровней цен, выборе ценовой стратегии и в решении

других задач, связанных с ценообразованием в рыночной экономике;

- правильно строить на основе описания ситуаций стандартные теоретические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты.

2. Место дисциплины «Цены и ценообразование» в структуре образовательной программы бакалавриата

Дисциплина «Цены и ценообразование» входит в вариативную часть (дисциплина по выбору) образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.01 - Экономика.

Данная дисциплина взаимосвязана с дисциплинами: «Экономика фирмы», «Статистика», «Корпоративные финансы», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Маркетинг».

Освоение дисциплины «Ценообразование» позволяет студентам самостоятельно анализировать результаты деятельности организации, оценивать уровень и динамику цен, определять и количественно измерять влияние факторов, выявлять резервы экономического роста, применять на практике приемы экономического анализа, формулировать выводы и предложения, вырабатывать оптимальные управленческие решения, делать экспресс-анализ отчетности.

Знания, умения и навыки, полученные в ходе освоения дисциплины, реализуются в процессе выполнения выпускной квалификационной работы.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций:

Код компетенции и из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения
ОПК-1	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности	Знать: формы и методы государственного вмешательства в процессы ценообразования. Уметь: обосновать целесообразность применения известных стратегий и тактических приемов ценообразования с использованием современных технических средств и информационных технологий. Владеть: современными технологиями, способами и приемами обоснования цен для оценки показателей и их изменений, выявления факторов и резервов экономического роста.
ПК-1	способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально - экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	Знать: особенности ценообразования на различных типах рынков. Уметь: провести маркетинговые исследования рынка с целью оценки реакции покупателей на цены, их изменение и выделить основные ценообразующие факторы. Владеть: применения результатов проведенного комплексного исследования деятельности предприятия для обоснования выводов и предложений и выработки текущих и прогнозных управленческих решений.

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Объем дисциплины

Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Всего - 108 часов в том числе:

Аудиторные занятия – 50 часов, из них

Лекции – 16 часов

Практические занятия – 34 часов

Самостоятельная работа – 31 часов

Вид аттестации – экзамен - 27 часов

4.2. Структура дисциплины Очная форма обучения

Раздел дисциплины модуля	Всего	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоёмкость (в часах)			Форма промежуточной аттестации
		Лек ции	Прак тичес	СР	
Модуль 1. Понятие и структура цен. Ценовая политика					
Теоретические основы цены и ценообразования	6	-	2	4	Контрольный опрос, рефераты, тестирование
Классификация цен	8	2*	2	4	
Состав и структура цены	8	-	2*	6	
Ценовая политика предприятия	8	2	2	4	
Ценообразование на различных типах рынков	6	-	2	4	
<i>Итого по модулю 1</i>	36	4	10	22	
Модуль 2. Ценообразование в условиях рынка					
Государственное регулирование цен	6	2	2*	2	Контрольный опрос, рефераты, тестирование
Цены и рыночная конъюнктура	8	-	4	4	
Методы формирования цен	8	2*	2	4	
Ценообразование на мировом рынке	8	2	2	4	
Риск в ценообразовании и страховании цен	6	-	2	4	
<i>Итого по модулю 2</i>	36	6	12	18	
Модуль 3. Ценообразование и инфляция					
Ценообразование в условиях инфляции	12	2 ⁵	2*	8	Контрольный опрос, рефераты, тестирование
Ценообразование в условиях инфляции	12	2	2	8	
Ценообразование в условиях инфляции	12	2	2	8	
<i>Итого по модулю 3</i>	36	6	12	24	
Итого	108	16	34	31	Экзамен (27)

* - занятия проводятся в активной и интерактивной формах

Заочная форма обучения

Раздел дисциплины модуля	Всего	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоёмкость (в часах)			Форма промежуточной аттестации
-----------------------------	-------	--	--	--	-----------------------------------

		Лекции	Практические занятия	СР	
Модуль 1. Понятие и структура цен. Ценовая политика					
Теоретические основы цены и ценообразования	6	-	-	6	Контрольный опрос, рефераты, тестирование
Классификация цен	6	-	-	6	
Состав и структура цены	10	2	2	6	
Ценовая политика предприятия	8	-	-	8	
Ценообразование на различных типах рынков	6	-	-	6	
<i>Итого по модулю 1</i>	36	2	2	32	
Модуль 2. Ценообразование в условиях рынка					
Государственное регулирование цен	8	2	2*	4	Контрольный опрос, рефераты, тестирование
Цены и рыночная конъюнктура	6	-	-	6	
Методы формирования цен	8	-	2	6	
Ценообразование на мировом рынке	8	-	-	8	
Риск в ценообразовании и страховании цен	6	-	-	6	
<i>Итого по модулю 2</i>	36	2	4	30	
Модуль 3. Ценообразование и инфляция					
Ценообразование в условиях инфляции	10	-	-	10	Контрольный опрос, рефераты, тестирование
Ценообразование в условиях инфляции	12	-	2	10	
Ценообразование в условиях инфляции	14	-	2	12	
<i>Итого по модулю 3</i>	36	-	4	32	
Итого	108	4	10	85	Экзамен (9)

* - занятия проводятся в активной и интерактивной формах

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине

МОДУЛЬ 1. ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА ЦЕН. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

Тема 1. Теоретические основы цены и ценообразования

Понятие и значение цены. Факторы, влияющие на сложность ценообразования.

Значение цен в экономике. Особенности ценообразования в условиях рынка. Отличие ценообразования в плановой и рыночной экономике.

Основные научные теории цены: стоимостная и ценностная. Различные трактовки в определении цены. Основоположники теорий цены. Определение цены в современной экономической теории.

Понятие методологии ценообразования. Составные элементы методологии ценообразования: методики и принципы ценообразования. Основные принципы ценообразования: научной обоснованности цен, целевой направленности цен, непрерывности процесса ценообразования, единства цен, контроля за ценами.

Функции цен: измерительная, учетно-контрольная, распределительная, социальная, регулирующая, стимулирующая, направляющая. Соизмерительная подфункция цены.

Понятие ценообразующих факторов. Основные и второстепенные факторы. Факторы спроса и факторы предложения. Факторы, зависящие и не зависящие от деятельности предприятия.

Тема 2. Классификация цен

Понятие системы цен. Предпосылки взаимосвязи и взаимозависимости всех цен.

Виды цен по характеру обслуживаемого оборота: оптовые, розничные, закупочные, цены на строительную продукцию, тарифы, наценки в сфере обращения, цены, обслуживающие внешнеторговый оборот.

Виды цен по времени действия: постоянные, сезонные, ступенчатые, скользящие, подвижные, текущие, разовые.

Виды цен по способу формирования (регулирования): государственные, договорные, свободные.

Виды цен по способу возмещения транспортных расходов: цены, формируемые на месте производства, цены базисных пунктов, зональные цены, цены, единые для всей страны.

Виды цен в зависимости от типа рынка, на котором они формируются: аукционные цены, биржевые котировки, цены торгов.

Виды цен по способу получения информации об уровне цены: публикуемые и расчетные.

Понятие плановых и тактических скидок с цен. Значение скидок с цен. Виды тактических скидок: простая, скидка за оборот, дилерская, специальные скидки и другие.

Тема 3. Состав и структура цены

Состав и элементы цены: себестоимость, прибыль, наценки обращения, косвенные налоги. Понятие структуры цены.

Понятие себестоимости продукции. Классификация издержек предприятия. Состав бухгалтерских издержек: материальные затраты, затраты на оплату труда, амортизационные отчисления, прочие затраты.

Понятие и состав экономических (предпринимательских) издержек: бухгалтерские издержки, нормальная предпринимательская прибыль, косвенные налоги, альтернативные издержки. Понятие и состав альтернативных издержек. Валовые, средние и предельные издержки предприятия.

Прямые и косвенные издержки. Постоянные и переменные издержки. Понятие условно-переменных (частично-переменных) издержек.

Роль прибыли в формировании цены. Виды прибыли предприятия: валовая, средняя, предельная. Правило максимизации прибыли предприятия. Относительные показатели прибыльности предприятия: рентабельность продукции и общая рентабельность предприятия.

Наценки обращения в цене товара: оптово-сбытовые и торговые надбавки, их состав и особенности формирования.

Виды налогов, включаемых в цену товара. Взаимосвязь и взаимозависимость цен и налогов.

Тема 4. Ценовая политика предприятия

Этапы установления цены на предприятии. Понятие целевых рынков предприятия. Сегментирование рынка как метод изучения рынка.

Понятие ценовой политики предприятия. Основные цели ценовой политики предприятия: предотвращение банкротства, завоевание лидерства на рынке, завоевание лидерства в качестве продукции, краткосрочная максимизация прибыли и другие.

Понятие ценовой стратегии предприятия. Основные ценовые стратегии предприятия: стратегия высоких цен, стратегия средних цен, стратегия низких цен, стратегия неизменных цен, стратегия неокругленных цен, стратегия премиальных цен и другие.

Стадии жизненного цикла товара: внедрение на рынок, рост продаж, насыщение рынка, спад продаж. Особенности ценообразования в зависимости от стадий жизненного цикла товара.

Тема 5. Ценообразование на различных типах рынков

Понятие структуры рынка. Классификация рынков в зависимости от степени свободы конкуренции: рынок свободной конкуренции, рынок монополистической конкуренции, олигополия и рынок чистой монополии.

Характеристика рынка свободной конкуренции, отличие совершенной конкуренции от чистой конкуренции. Особенности ценообразования на рынке свободной конкуренции.

Основные черты рынка монополистической конкуренции, отличие рынка

монополистической конкуренции от свободной конкуренции. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции.

Понятие и основные черты олигополии. Особенности ценообразования на рынке олигополистической конкуренции.

Понятие монополии и монополии. Естественная монополия. Понятие и формы ценовой дискриминации. Ценообразование на рынке чистой монополии.

Тема 6. Государственное регулирование цен

Ценовая политика государства. Необходимость и сущность государственного регулирования цен. Государственный контроль за ценами.

Правовое обеспечение ценовой политики государства.

Формы и методы государственного регулирования цен. Методы прямого вмешательства государства в процессы ценообразования: рамочные цены, плавающие цены, установление предельного уровня рентабельности, фиксированные цены, декларирование цен. Способы декларирования свободного повышения цен.

Косвенное воздействие государства на цены: налоговая политика государства, бюджетно-финансовая политика, таможенная политика, кредитная политика государства.

Государственное регулирование цен в зарубежных странах: особенности и тенденции.

Модуль 2. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Тема 7. Цены и рыночная конъюнктура

Понятие спроса и объема спроса. Закон спроса. Линейная зависимость спроса от цены. Факторы, влияющие на величину спроса. Ценовые и неценовые факторы.

Понятие и закон предложения. Линейная зависимость предложения от цены. Факторы, влияющие на величину предложения.

Равновесная рыночная цена.

Ценовая эластичность спроса. Точечная и дуговая эластичность спроса по цене. Возможные состояния эластичности спроса по цене. Понятие перекрестной эластичности. Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса.

Тема 8. Методы формирования цен

Факторы, влияющие на выбор метода ценообразования.

Методы ценообразования на основе затрат производства: метод полных затрат и метод прямых затрат. Ценообразование на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли предприятия. Определение точки безубыточности предприятия.

Параметрические (эконометрические) методы ценообразования: метод удельных показателей, балловый метод, агрегатный метод

Рыночные методы ценообразования: ценообразование с ориентацией на спрос, метод текущей цены, метод тендерного ценообразования.

Тема 9. Ценообразование на мировом рынке

Особенности мирового рынка и международной торговли. Роль государства в регулировании внешнеэкономической деятельности. Понятие протекционизма. Методы протекционистской политики государства.

Виды цен, обслуживающих внешнеэкономический оборот. Экспортные и импортные цены, особенности их расчета. Цены на базе ИНКОТЕРМС.

Признаки, характеризующие мировую цену.

Тема 10. Риск в ценообразовании и страховании цен

Понятие и сущность риска. Теории риска: классическая и неоклассическая. Сущность риска в ценообразовании.

Этапы оценки риска. Критерии оценки риска. Определение степени риска.

Методы снижения риска: диверсификация, объединение и распределение риска.

Страхование цен.

Модуль 3. Ценообразование и инфляция

Тема 11. Ценообразование в условиях инфляции

Сущность и теории инфляции. Причины и последствия инфляции.

Стадии развития инфляции: умеренная, галопирующая, гиперинфляция.
Показатели оценки уровня инфляции.

4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине

Практическое занятие № 1

Тема: Теоретические основы цены и ценообразования

Целью данного семинарского занятия является усвоение сущности цены, ее роли в регулировании экономических процессов, изучению взглядов различных школ на сущность цены.

Вопросы для обсуждения:

1. Роль и значение цен в экономике.
2. Особенности ценообразования в условиях рынка.
3. Основные научные теории цены.
4. Методики и принципы ценообразования.
5. Функции цены, дискуссионные вопросы функций цен.
6. Классификации ценообразующих факторов.

Контрольные вопросы:

- 1) В чем заключаются особенности рыночного ценообразования?
- 2) В чем заключаются различия между плановым и рыночным ценообразованием?
- 3) Какие факторы определяют сложность процесса ценообразования?
- 4) Всегда ли цена товара соответствует его стоимости?
- 5) Назовите основоположников теорий цены.
- 6) В чем разница между ценой и ценностью товара?
- 7) Что такое методология ценообразования?
- 8) Как проявляется соизмерительная функция цены?
- 9) В условиях рыночной экономики какие факторы являются преобладающими при формировании цен: внутренние или внешние?

Практическое занятие № 2

Тема: Классификация цен

Целью практического занятия является изучение видов цен по различным классификациям. В результате усвоения материала студенты должны знать классификацию цен по различным признакам, уметь рассчитывать величину оптовых и розничных цен.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие системы цен.
2. Виды цен по характеру обслуживаемого оборота.
3. Виды цен по времени действия.
4. Виды цен по способу формирования (регулирования).
5. Виды цен в зависимости от рынка, на котором они формируются.
6. Виды цен по способу возмещения транспортных расходов.
7. Виды цен по способу получения информации об уровне цены.
8. Виды скидок с цен.
9. Решение задач.

Контрольные вопросы:

- 1) Из каких элементов состоит розничная цена?
- 2) В чем состоят особенности формирования оптовых цен?
- 3) Что из себя представляет закупочная цена?
- 4) В чем заключаются отличия аукционных и биржевых цен?
- 5) В чем заключаются особенности плановых скидок с цен?
- 6) Чем отличаются оптовые цены предприятия и оптовые цены промышленности?
- 7) В чем заключаются особенности аукционных цен?

Практическое занятие № 3

Тема 3. Состав и структура цены

Целью данного практического занятия является изучение состава цены и ее структуры. В результате студенты должны знать состав цены, уметь рассчитывать доли различных элементов в общей сумме цены, влияние на цену изменений объемов производства продукции, рентабельности продукции, изменения ставок налогов.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие состава и структуры цены.
2. Классификация издержек предприятия.
3. Состав бухгалтерских и экономических издержек предприятия.
4. Роль прибыли в составе цены.
5. Показатели рентабельности.
6. Наценки обращения в цене товара, особенности их формирования.
7. Налоги, включаемые в состав цены.
8. Решение задач.

Контрольные вопросы:

- 1) Что представляют собой альтернативные издержки? Привести пример.
- 2) Что такое условно-переменные (частично-переменные) издержки?
- 3) Какие налоги включаются в состав себестоимости продукции?
- 4) Чем по составу отличаются оптовая и торговая надбавки к ценам?
- 5) Какие налоги оказывают наибольшее влияние на цены?

Практическое занятие № 4

Тема: Ценовая политика предприятия

Целью семинарского занятия является усвоение этапов формирования цены на предприятии, анализ основных целей стратегий ценовой политики предприятия, а также влияния стадий жизненного цикла товара на выбор предприятием ценовой стратегии и тактики. В результате освоения материала студенты должны уметь разрабатывать и обосновывать выбор ценовой политики и стратегии предприятия.

Вопросы для обсуждения:

1. Этапы формирования цены на предприятии.
2. Понятие и основные цели ценовой политики предприятия.
3. Ценовые стратегии предприятия.
4. Ценообразование на различных стадиях жизненного цикла товара.

Контрольные вопросы:

- 1) Какие условия влияют на выбор цели ценовой политики предприятия?
- 2) Какие факторы влияют на выбор ценовой стратегии предприятия?
- 3) Какие ценовые стратегии являются наиболее эффективными на стадиях внедрения товара на рынок и упадка товара?
- 4) Как стадии жизненного цикла товара влияют на выбор ценовой стратегии предприятия?

Практическое занятие № 5

Тема: Ценообразование на различных типах рынков

Целью семинарского занятия является рассмотрение особенностей ценообразования на различных типах рынков в зависимости от степени развития конкуренции на нем.

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности ценообразования на рынке свободной конкуренции.
2. Особенности ценообразования на рынке монополистической конкуренции.
3. Ценообразование на олигополистическом рынке.
4. Особенности ценообразования на рынке чистой монополии.

Контрольные вопросы:

- 1) Чем отличается ценообразование на рынке свободной конкуренции от ценообразования на рынке монополистической конкуренции?
- 2) Какие модели ценообразования применяются на олигополистическом рынке?
- 3) Что такое «ценовая война»?

4) Что такое ценовая дискриминация? Какие существуют формы ценовой дискриминации?

Практическое занятие № 6

Тема: Государственное регулирование цен

Целью семинарского занятия является изучение необходимости государственного регулирования цен, способов и методов государственного вмешательства в процессы ценообразования.

Вопросы для обсуждения:

1. Необходимость государственного вмешательства в процессы ценообразования.
2. Цели и задачи государственного регулирования цен.
3. Прямые методы регулирования цен.
4. Косвенное вмешательство в процессы ценообразования.
5. Регулирование цен в зарубежных странах.

Контрольные вопросы:

- 1) Какие государственные органы осуществляют контроль за ценами?
- 2) На какие товары распространено государственное регулирование цен?
- 3) Какие законодательные акты регулируют процессы ценообразования в РФ?
- 4) Что такое естественная монополия?
- 5) В каких случаях необходимо прямое вмешательство государства в процессы ценообразования?

Практическое занятие № 7

Тема: Цены и рыночная конъюнктура

Целью практического занятия является усвоение законов рыночной экономики (законов спроса и предложения), показателей ценовой эластичности спроса. В результате студент должен уметь рассчитывать влияние изменений цены на изменение спроса на товар.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие спроса и предложения. Законы спроса и предложения.
2. Равновесная рыночная цена.
3. Понятие и виды ценовой эластичности спроса.
4. Понятие перекрестной эластичности.
5. Решение задач.

Контрольные вопросы:

- 1) Какие факторы влияют на спрос и предложение товаров на рынке?
- 2) Что представляют собой неценовые факторы и как они влияют на спрос?
- 3) На какие товары спрос менее эластичен и на какие эластичен?
- 4) Какие существуют состояния эластичности спроса по цене?
- 5) Как влияет изменение цен на выручку от реализации продукции при разных состояниях ценовой эластичности спроса?

Практическое занятие № 8

Тема: Методы формирования цен

Целью практического занятия является усвоение основных методов формирования цен. В результате студенты должны знать основные методы ценообразования, уметь использовать эти методы на практике для расчета цен.

Вопросы для обсуждения:

1. Ценообразование на основе полных затрат предприятия.
2. Метод ценообразования на основе прямых затрат предприятия.
3. Ценообразование на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли предприятия.
4. Параметрические методы ценообразования.
5. Рыночные методы ценообразования.
6. Решение задач.

Контрольные вопросы:

- 1) Какие факторы влияют на выбор предприятием метода ценообразования?
- 2) Перечислите преимущества и недостатки затратных методов ценообразования.
- 3) Недостатки и преимущества параметрических методов ценообразования.

Практическое занятие № 9

Тема 9. Ценообразование на мировом рынке

Целью семинарского занятия является изучение особенностей ценообразования на мировом рынке. В результате усвоения материала студенты должны знать виды цен, применяемых во внешнеторговых сделках, уметь признавать признаки, характеризующие мировые цены.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и особенности международной торговли.
2. Методы регулирования внешнеэкономической деятельности.
3. Виды цен, обслуживающих внешнеторговый оборот.
4. Признаки, характеризующие мировую цену.

Контрольные вопросы:

- 1) Что такое протекционизм?
- 2) Как определяются импортная и экспортная квоты?
- 3) Чем отличаются импортная и экспортная цены?
- 4) С чем связано наличие множественности цен на мировом рынке?

Практическое занятие № 10

Тема: Риск в ценообразовании и страховании цен

Целью семинарского занятия является изучение влияния риска на процессы ценообразования. В результате усвоения материала студенты должны знать сущность и теории риска, владеть методами снижения риска в ценообразовании, уметь определять степень риска в ценообразовании.

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность и основные теории риска.
2. Содержание риска в ценообразовании.
3. Определение степени риска в ценообразовании: этапы, критерии.
4. Основные методы снижения риска в ценообразовании.

Контрольные вопросы:

- 1) В чем различие между классической и неоклассической теориями риска?
- 2) Перечислите критерии оценки риска
- 3) В чем заключается риск в ценообразовании и какие существуют способы его снижения?

Практическое занятие № 11

Тема 11. Ценообразование в условиях инфляции

Целью семинарского занятия является изучение сущности инфляции и ее влияния на цены.

В результате усвоения материала студенты должны знать сущность и основные теории инфляции, владеть знаниями в области причин и последствий инфляции, уметь рассчитывать показатели инфляции.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и теории инфляции.
2. Причины возникновения и виды инфляции.
3. Основные показатели уровня инфляции.

Контрольные вопросы:

- 1) Является ли инфляция негативным явлением в рыночной экономике?
- 2) Назовите основные причины инфляции
- 3) Какие существуют методы снижения негативного влияния инфляции?
- 4) Какие индексы цен характеризуют уровень инфляции в экономике?

5. Образовательные технологии

Образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебной работы по дисциплине, предусматривают широкое использование в учебном процессе как классических, так и активных и интерактивных форм проведения занятий:

- чтение лекций;
- практические занятия;
- реферат;
- юридическая экспертиза нормативно-правовых актов;

Изучение отдельных разделов дисциплины проводится в такой последовательности:

- а) ознакомление с содержанием тем по рабочей программе;
- б) изучение специальной литературы, конспектирование материала;
- в) консультация с преподавателем;
- г) самостоятельное изложение проблемы.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач: - расширение и закрепление знаний, полученных на лекционных, практических занятиях;

- выработка у студентов интереса к самостоятельному поиску и решению проблемных вопросов и задач;

- развитие навыков работы с учебной и дополнительной литературой и источниками;
- привлечение студентов к научно-исследовательской работе;

Самостоятельная работа проводится в следующей форме: написания рефератов, подготовки научных статей, тезисов и докладов на научных конференциях.

Виды и порядок выполнения самостоятельной работы:

1. Изучение рекомендованной литературы.
2. Поиск дополнительного материала.
3. Подготовка реферата.
4. Подготовка к экзамену.

№	Вид самостоятельной работы	Вид контроля	Учебно-методическое обеспечение
1.	Изучение рекомендованной литературы	Контрольный опрос	См. разделы 7,8 данного документа
2.	Поиск дополнительного материала	Контрольный опрос	См. разделы 7,8 данного документа
3.	Подготовка реферата	Оценка качества его выполнения	См. разделы 7,8 данного документа
4.	Подготовка к экзамену	Контрольный опрос	См. разделы 7 данного документа

Текущий контроль: контрольный опрос, проведение контрольной работы, прием реферата, тестирование и оценка качества их выполнения на практическом занятии.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Текущий контроль успеваемости осуществляется непрерывно.

Прежде всего, это устный опрос по ходу лекции, выполняемый для оперативной активизации внимания студентов и оценки их уровня восприятия, а также на практических занятиях.

Реферат - это самостоятельная письменная работа, анализирующая и обобщающая публикации по заданной тематике, предполагающая выработку и обоснование собственной позиции автора в отношении рассматриваемых вопросов.

Работа над рефератом активизирует развитие самостоятельного, творческого мышления, учит применять полученные знания при анализе тех или иных правовых проблем.

Реферат готовится на основе исследования и изучения широкого круга первоисточников, монографий, статей, литературы и иного материала, нормативных

правовых актов, обобщения личных наблюдений.

Экзамен проводится в устной форме по билетам.

Студент должен показать знания по предмету отвечая на вопросы билета и на дополнительные вопросы, если таковые будут заданы.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Компетенции	Раздел дисциплины, обеспечивающий этапы формирования компетенции	Знания, умения, навыки	Процедура оценивания
ОК-3	Модуль 1,2,3	Знать: теоретические основы рыночного ценообразования. Уметь: применить известные методы ценообразования. Владеть: применения различных методов формирования цен на практике.	Контрольный опрос, проведение контрольной работы, прием реферата, тестирование
ПК-1	Модуль 1,2,3	Знать: особенности ценообразования на различных типах рынков. Уметь: провести маркетинговые исследования рынка с целью оценки реакции покупателей на цены, их изменение и выделить основные ценообразующие факторы. Владеть: применения результатов проведенного комплексного исследования деятельности предприятия для обоснования выводов и предложений и выработки текущих и прогнозных управленческих решений.	Контрольный опрос, проведение контрольной работы, прием реферата, тестирование
ПК-8	Модуль 1,2,3	Знать: формы и методы государственного вмешательства в процессы ценообразования. Уметь: обосновать целесообразность применения известных стратегий и тактических приемов ценообразования с использованием современных технических средств и информационных технологий. Владеть: современными технологиями, способами и приемами обоснования цен для оценки показателей и их изменений, выявления факторов и резервов экономического роста.	Контрольный опрос, проведение контрольной работы, прием реферата, тестирование

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

ОК - 3 - Способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

Показатели что обучающийся должен продемонстрировать	Оценочная шкала		
	удовлетворительно	хорошо	отлично
<p>Знать: теоретические основы рыночного ценообразования.</p> <p>Уметь: применить известные методы ценообразования.</p> <p>Владеть: применения различных методов формирования цен на практике.</p>	<p>Демонстрирует слабое знание теоретических основ рыночного ценообразования.</p> <p>Демонстрирует слабое умение применить известные методы ценообразования.</p> <p>Демонстрирует слабое владение применения различных методов формирования цен на</p>	<p>Демонстрирует хорошее знание теоретических основ рыночного ценообразования.</p> <p>Демонстрирует хорошее умение применить известные методы ценообразования.</p> <p>Демонстрирует хорошее владение применения различных методов формирования цен на</p>	<p>Демонстрирует отличное знание теоретических основ рыночного ценообразования.</p> <p>Демонстрирует отличное умение применить известные методы ценообразования.</p> <p>Демонстрирует отличное владение применения различных методов формирования</p>

ПК - 1 - Способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально - экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов.

Показатели что обучающийся должен продемонстрировать	Оценочная шкала		
	удовлетворительно	хорошо	отлично
<p>Знать: особенности ценообразования на различных типах рынков.</p> <p>Уметь: провести маркетинговые исследования рынка с целью оценки реакции покупателей на цены, их изменение и выделить основные ценообразующие факторы.</p> <p>Владеть: применения результатов проведенного комплексного исследования деятельности предприятия для обоснования выводов и предложений и выработки текущих и прогнозных управленческих решений.</p>	<p>Демонстрирует слабое знание особенности ценообразования на различных типах рынков.</p> <p>Демонстрирует слабое умение провести маркетинговые исследования рынка с целью оценки реакции покупателей на цены, их изменение и выделить основные ценообразующие факторы.</p> <p>Демонстрирует слабое владение применения результатов проведенного комплексного исследования деятельности предприятия для обоснования выводов и предложений и выработки текущих и прогнозных управленческих решений.</p>	<p>Демонстрирует хорошее знание особенности ценообразования на различных типах рынков.</p> <p>Демонстрирует хорошее умение провести маркетинговые исследования рынка с целью оценки реакции покупателей на цены, их изменение и выделить основные ценообразующие факторы.</p> <p>Демонстрирует хорошее владение применения результатов проведенного комплексного исследования деятельности предприятия для обоснования выводов и предложений и выработки текущих и прогнозных управленческих решений.</p>	<p>Демонстрирует отличное знание особенности ценообразования на различных типах рынков.</p> <p>Демонстрирует отличное умение провести маркетинговые исследования рынка с целью оценки реакции покупателей на цены, их изменение и выделить основные ценообразующие факторы.</p> <p>Демонстрирует отличное владение применения результатов проведенного комплексного исследования деятельности предприятия для обоснования выводов и предложений и выработки текущих и прогнозных управленческих решений.</p>

ПК - 8 - способностью использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии

Показатели что обучающийся должен продемонстрировать	Оценочная шкала		
	удовлетворительно	хорошо	отлично
<p>Знать: формы и методы государственного вмешательства в процессы ценообразования.</p> <p>Уметь: обосновать целесообразность применения известных стратегий и тактических приемов ценообразования с использованием современных технических средств и информационных технологий.</p> <p>Владеть: современными технологиями, способами и приемами обоснования цен для оценки показателей и их изменений, выявления факторов и резервов экономического роста.</p>	<p>Демонстрирует слабое знание форм и методов государственного вмешательства в процессы ценообразования.</p> <p>Демонстрирует слабое умение обосновать целесообразность применения известных стратегий и тактических приемов ценообразования с использованием современных технических средств и информационных технологий.</p> <p>Демонстрирует слабое знание владение современными технологиями, способами и приемами обоснования цен для оценки показателей и их изменений, выявления факторов и резервов экономического роста.</p>	<p>Демонстрирует хорошее знание форм и методов государственного вмешательства в процессы ценообразования.</p> <p>Демонстрирует хорошее умение обосновать целесообразность применения известных стратегий и тактических приемов ценообразования с использованием современных технических средств и информационных технологий.</p> <p>Демонстрирует хорошее знание владение современными технологиями, способами и приемами обоснования цен для оценки показателей и их изменений, выявления факторов и резервов экономического роста.</p>	<p>Демонстрирует отличное знание форм и методов государственного вмешательства в процессы ценообразования.</p> <p>Демонстрирует отличное умение обосновать целесообразность применения известных стратегий и тактических приемов ценообразования с использованием современных технических средств и информационных технологий.</p> <p>Демонстрирует отличное знание владение современными технологиями, способами и приемами обоснования цен для оценки показателей и их изменений, выявления факторов и резервов экономического роста.</p>

Если хотя бы одна из компетенций не сформирована, то положительной оценки по дисциплине быть не может.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

7.3.1. *Формы текущего контроля:*

7.3.1.1. *Контрольная работа*

1. Сущность цены и ее значение для предприятия
2. Функции цены.
3. Структура цены.
4. Характеристика цен в зависимости от стадий товародвижения и их составные элементы.
5. Характеристика цен в зависимости от времени действия.
6. Характеристика цен в зависимости от объекта купли-продажи.
7. Характеристика цен в зависимости от способа получения информации.
8. Характеристика цен по степени участия государства в их формировании. .
9. Характеристика цен для целей статистического учета.
10. Система цен «франко», принятая в России.
11. Принципиальная модель установления цены. Ценообразующие факторы.
12. Цели фирмы и их отражение в ценовой политике.
13. Основные виды стратегий конкурентного ценообразования.

14. Стратегии дифференцированного ценообразования.
15. Смешанные маркетинговые стратегии.
16. Ценовые стратегии на основе комбинаций между ценой и качеством товара.
17. Ценовая стратегия фирмы на разных этапах жизненного цикла изделия.
18. Способы сбора первичной информации о поведении покупателей при изменении цен.
19. Построение функции спроса. Значение коэффициентов эластичности в исследовании рынков.
20. Издержки, учитываемые при ценообразовании. Классификация издержек по различным признакам.
21. Калькулирование себестоимости. Способы распределения постоянных издержек.
22. Цены в конкурентной борьбе. Реакция на изменение цен у фирм-конкурентов.
23. Установление цены на базе полных затрат.
24. Установление цены на базе неполных затрат.
25. Определение цены методом окупаемости капитальных затрат (целевой прибыли).
26. Установление цен на основе «кривой освоения».
27. Затратные методы в оптовой и розничной торговле. Механизм торговой скидки и торговой накладки.
28. Определение цен с ориентацией на спрос.
29. Расчет цен с ориентацией на конкурентов.
30. Параметрические методы ценообразования.
31. Установление цен на базе экономических преимуществ.
32. Ценовая тактика.
33. Ценовые решения в условиях риска и неопределенности.
34. Типы и виды ценовых скидок.
35. Экономическая и бухгалтерская модели безубыточности. Расчет точки безубыточности.
36. Анализ безубыточности решений при изменении постоянных и переменных затрат.
37. Цели и методы государственного регулирования цен.
38. Основные формы государственного воздействия на ценообразование.
39. Методы прямого государственного регулирования цен.
40. Методы косвенного государственного регулирования цен.
41. Государственное регулирование цен на продукцию предприятий-монополистов.
42. Методы регулирования цен на продукцию естественных монополий.
43. Вопросы ценообразования в Гражданском и Налоговом кодексах.
44. Методы исчисления средних цен.
45. Индекс потребительских цен и его модификации.
46. Методы измерения динамики цен.

17

7.3.1.2. Требования к выполнению контрольной работы

Контрольная работа выполняется по одной из предложенных тем в соответствии со структурой учебной дисциплины.

Контрольная работа выполняется студентами очно-заочной и заочной форм обучения.

7.3.1.3. Критерии оценки контрольной работы

При оценке контрольной работы учитывается:

- соответствие содержания работы заявленной теме;
- полнота раскрытия темы;
- перечень использованной литературы (при выполнении работы студентами, обучающимися по заочной форме);
- соответствие оформления требованиям.

7.3.2. Реферат

7.3.2.1. Темы рефератов

1. Теории ценообразования.
2. История развития ценообразования в России.
3. Ценообразование в России в 19-начале 20-х годов.
4. Политика военного коммунизма и ее влияние на цены.
5. Цены в период НЭПа.
6. Ценообразование в период ВОВ.
7. Политика цен в СССР в 40-90-х годах.
8. Особенности ценообразования на рынке свободной конкуренции.
9. Особенности ценообразования на рынке монополистической конкуренции.
10. Особенности ценообразования на олигополистическом рынке.
11. Особенности ценообразования на рынке чистой монополии.
12. Налоги в составе цены.
13. Влияние изменения цен на выручку предприятия.
14. Влияние изменения цен на издержки и прибыль предприятия.
15. Особенности формирования цен на новые товары.
16. Взаимосвязь цен и финансов.
17. Взаимосвязь цен и кредита.
18. Взаимосвязь цен и денежного обращения.
19. Ценообразование в сфере естественных монополий.
20. Особенности ценообразования на различных стадиях жизненного цикла товара.
21. Ценовая политика предприятия.
22. Надбавки и скидки к ценам.
23. Трансфертное ценообразование.
24. Особенности ценообразования в условиях финансового кризиса.
25. Либерализация цен в России и политика цен на современном этапе.
26. Особенности ценообразования в условиях инфляции.
27. Государственное регулирование цен в промышленно развитых странах.
28. Государственное регулирование цен в развивающихся странах.
29. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности.
30. Ценообразование на экспортную продукцию.
31. Ценообразование на импортную продукцию.
32. Ценообразование в общественном питании.
33. Ценообразование в АПК.
34. Ценообразование на рынке недвижимости.
35. Ценообразование в сфере естественных монополий.
36. Система органов государственного контроля за ценами.
37. Правовое регулирование государственного контроля за ценами в РФ.
38. Государственное регулирование тарифов на жилищно-коммунальные услуги.
39. Особенности формирования тарифов на бытовые услуги.
40. Ценообразование в строительстве.
41. Тарифная политика государства на транспортные услуги.
42. Взаимосвязь цены и спроса.
43. Взаимосвязь цены и предложения.
44. Формирование свободных рыночных цен.
45. Рыночные методы формирования цен.
46. Нормативно-параметрические методы формирования цен.
47. Анализ безубыточности в ценообразовании.
48. Прямое вмешательство государства в процессы ценообразования в условиях рынка.
49. Косвенное вмешательство государства в процессы ценообразования в условиях рынка.
50. Сущность и порядок формирования цены кредита.

7.3.2.2. Требования к выполнению реферата

Реферат выполняется по одной из предложенных тем в соответствии со структурой учебной дисциплины.

Оформление реферата должно соответствовать требованиям, утвержденным кафедрой теории и методологии социальной работы.

7.2.3. Критерии оценки реферата

При оценке реферата учитывается:

- соответствие содержания реферата заявленной теме;
- полнота раскрытия темы;
- перечень использованной литературы;
- соответствие оформления требованиям.

7.3.3. Тесты

1. Согласно затратной теории цены, цена товара – это...

- А) денежное выражение себестоимости товара
- Б) совокупность затрат, связанных с производством и реализацией продукции
- В) сумма денег, которую покупатель готов отдать за товар определенной полезности
- Г) денежное выражение стоимости товара

2. Согласно ценностной теории цены, цена товара – это...

- А) сумма денег, которую покупатель готов отдать за товар определенной полезности
- Б) себестоимость плюс прибыль
- В) сумма денег, которую производитель получит от реализации товара
- Г) денежное выражение стоимости товара

3. Цена выполняет следующие функции...

- А) измерительную
- Б) распределительную
- В) фискальную
- Г) регулируемую

4. К принципам ценообразования относится...

- А) принцип непрерывности процесса ценообразования
- Б) принцип зависимости цен от конъюнктуры рынка
- В) принцип научной обоснованности цен
- Г) принцип государственного вмешательства в процессы ценообразования

5. Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами _____ функции

- А) регулирующей
- Б) измерительной
- В) распределительной
- Г) стимулирующей

6. Поощрительное или сдерживающее воздействие цены на производство и потребление разных видов товаров обеспечивается _____ функцией цены

- А) распределительной
- Б) измерительной
- В) регулирующей
- Г) стимулирующей

7. Согласно затратной теории цены в основе цены товара лежит...

- А) стоимость товара
- Б) полезность товара
- В) цена конкурентов
- Г) качество товара

8. Согласно ценностной теории цены в основе цены товара лежит...

- А) его качество
- Б) его полезность для покупателя
- В) его стоимость
- Г) конъюнктура рынка

9. Основными составными элементами методологии ценообразования являются...

- А) принципы ценообразования
- Б) способы ценообразования
- В) методики ценообразования
- Г) признаки классификации цен
- Д) приемы формирования цен

10. Через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Цена здесь выполняет _____ функцию

- А) распределительную
- Б) регулирующую
- В) стимулирующую
- Г) измерительную

11. К ценам, отражающим характер обслуживаемого оборота, относятся...

- А) закупочные цены
- Б) аукционные цены
- В) регулируемые цены
- Г) сезонные цены
- Д) тарифы

12. Сметные цены - это цены на...

- А) стройматериалы
- Б) продукцию строительства
- В) услуги населению
- Г) продукцию сельского хозяйства

13. Оптовая цена предприятия включает...

- А) себестоимость, прибыль предприятия-производителя и косвенные налоги
- Б) оптовую цену промышленности и надбавку торговой организации
- В) себестоимость и надбавку предприятия-посредника
- Г) оптовую цену промышленности и надбавку оптовой организации

14. Оптовая цена промышленности включает...

- А) оптовую цену предприятия (без учета НДС) и надбавку торговой организации
- Б) розничную цену и надбавку торговой организации
- В) оптовую цену предприятия (без учета НДС), надбавку оптовой организации и НДС
- Г) оптовую цену предприятия и косвенные налоги

15. К особенностям аукционной цены относится следующее утверждение...

- А) аукцион - это постоянно действующий рынок
- Б) здесь реализуются редкие, уникальные товары
- В) здесь присутствуют множество покупателей и один продавец
- Г) аукцион - это периодически организуемый рынок
- Д) здесь присутствуют множество продавцов и один покупатель

16. Закупочные цены - это цены, устанавливаемые государством на...

- А) продукцию сельского хозяйства
- Б) продукцию строительства
- В) услуги населению
- Г) услуги в сфере обращения

17. Бонусная скидка – это...

- А) общая скидка
- Б) дилерская скидка

В) скидка за оборот

Г) скидка за количество или серийность

18. Розничная цена включает в себя...

А) оптовую цену промышленности, надбавку оптового посредника и НДС

Б) оптовую цену предприятия и НДС

В) оптовую цену предприятия и надбавку торговой организации

Г) оптовую цену промышленности и надбавку торговой организации

19. По времени действия различают...

А) справочные цены

Б) сезонные цены

В) текущие цены

Г) свободные цены

Д) постоянные цены

20. Тарифы – это...

А) надбавки в сфере обращения

Б) цены на продукцию строительства

В) цены на продукцию сельского хозяйства

Г) цены на услуги, оказываемые юридическим и физическим лицам

21. Себестоимость продукции включает...

А) затраты, связанные с производством продукции

Б) затраты на производство и реализацию продукции

В) затраты, связанные с реализацией продукции

Г) издержки обращения

22. Постоянные издержки – это...

А) затраты на единицу продукции

Б) издержки, удельный вес которых снижается при увеличении объема производства

В) неявные издержки

Г) затраты, величина которых не зависит от объема производства

Д) затраты, величина которых зависит от объема производства

23. В состав бухгалтерских издержек не включаются...

А) неявные издержки

Б) материальные затраты

В) косвенные налоги

Г) затраты на оплату труда

Д) амортизационные отчисления

24. Экономические издержки...

21

А) включают явные и не включают неявные издержки

Б) включают явные и неявные издержки

В) это альтернативные издержки

Г) это бухгалтерские издержки

25. В состав себестоимости не включается...

А) земельный налог

Б) налог на добавленную стоимость

В) водный налог

Г) единый социальный налог

Д) налог на прибыль

26. К постоянным затратам относятся

А) расходы на топливо и энергию

Б) затраты на страхование имущества предприятия

В) затраты на сырье и материалы

Г) затраты на заработную плату основным работникам

Д) затраты на аренду помещений

27. Предельные издержки – это...

А) максимальные затраты предприятия
Б) прирост валовых издержек в результате производства и реализации одной дополнительной единицы продукции

В) минимальные затраты предприятия на единицу продукции

Г) издержки на единицу продукции

28. Рентабельность продукции определяется как...

А) отношение себестоимости к прибыли

Б) отношение прибыли к себестоимости продукции

В) произведение прибыли и себестоимости

Г) отношение прибыли к стоимости основных средств предприятия

29. Прибыль предприятия, согласно «правилу максимизации прибыли», достигает максимального значения при таком объеме производства, когда...

А) предельный доход равен нулю

Б) предельные издержки равны нулю

В) предельный доход равен предельным издержкам

Г) предельная прибыль равна предельному доходу

30. Оптовая надбавка включает...

А) прибыль предприятий оптовой торговли

Б) издержки обращения

В) издержки и прибыль предприятий оптовой торговли

Г) издержки и прибыль предприятий оптовой торговли, а также НДС

31. Ценовая политика предприятия – это...

А) совокупность методов формирования цен

Б) общие цели, которых предприятие собирается достичь с помощью цен

В) изучение рынка потребителей

Г) совокупность практических приемов и методов формирования цены

32. Сегментация рынка – это...

А) разграничение рынка на рынок продавца и рынок покупателя

Б) разделение рынка потребителей на группы с учетом каких-либо характеристик

В) разбиение предприятий-производителей в зависимости от масштабов производства

Г) разделение предприятий по масштабу производства

33. Целевые рынки предприятия – это...

А) рынок совершенной конкуренции

Б) рынок текущего спроса

В) рынок, на который ориентируется деятельность предприятия

Г) рынок потребителей

34. Стратегия нейтрального ценообразования преследует цель...

А) получения максимальной прибыли

Б) предотвращения «ценовых войн»

В) завоевания лидерства на рынке

Г) проникновение на рынок

Д) получение нормальной доли прибыли

35. Стратегия высоких цен применяется...

А) с целью быстрого проникновения на новый рынок

Б) к товарам, по которым спрос не зависит от цены

В) к товарам, по которым у предприятия нет перспектив долгосрочного массового сбыта

Г) к новым товарам, не имеющим аналогов на рынке

36. Стратегия неокругленных цен имеет целью...

А) получение максимальной прибыли

Б) воздействовать на психологию покупателей

В) недопущение новых конкурентов

Г) предотвращение банкротства

37. Стратегия ценообразования – это...

А) совокупность практических приемов и методов формирования цен

Б) целенаправленная деятельность государства по установлению цен на социально-значимые товары

В) методы формирования цен на основе затрат производства

Г) установленные государством принципы ценообразования

38. Верхний предел цены определяется...

А) себестоимостью продукции

Б) объемом предложения на рынке

В) спросом на данный товар

Г) количеством покупателей

39. Нижний предел цены определяется...

А) себестоимостью продукции

Б) наличием конкурентов на рынке

В) спросом на товар

Г) объемом предложения на рынке

40. Главной целью деятельности коммерческого предприятия является...

А) производство максимального количества продукции

Б) получение максимальной прибыли

В) предотвращение банкротства

Г) расширение ассортимента продукции

41. На рынке монополистической конкуренции сделки совершаются...

А) по государственным ценам

Б) по единой рыночной цене

В) в широком диапазоне цен

Г) по ценам предприятий-монополистов

42. Важные черты, которые отличают монополистическую конкуренцию от совершенной конкуренции, состоят в том, что...

А) в длительном периоде в условиях монополистической конкуренции фирмы получают экономическую прибыль

Б) товары конкурирующих фирм реализуются по различным ценам

В) имеются серьезные барьеры для вхождения на рынок монополистической конкуренции

Г) конкурирующие фирмы продают дифференцированный товар, а не однородный

Д) конкурирующие фирмы продают уникальные товары

43. Ценовая дискриминация – это...

А) различия в оплате труда по национальности или по полу

Б) эксплуатация трудящихся путем установления высоких цен на потребительские товары

В) продажа по разным ценам одной и той же продукции различным покупателям

Г) повышение цена на товар более высокого качества

44. Пример естественной монополии – это...

А) городской метрополитен

Б) Московский банк «Гермес»

В) издательство «Известие»

Г) ОПЕК

45. Рост экономической прибыли на конкурентном рынке способствует...

А) повышению цен на используемые продукты

Б) притоку в отрасль новых фирм

В) повышению рыночной цены продукта

Г) расширению производства в действующих фирмах

46. На рынке свободной конкуренции предприятие придерживается...

А) политики премиальных цен

Б) политики приспособления к конкурентам

В) маркетингового ценообразования

Г) адаптивной политики цен

47. Для рынка монополистической конкуренции характерно...

А) ценообразование в полной зависимости от конкурентов

Б) ценообразование в соответствии с позиционированием товара

В) чисто монопольное ценообразование

Г) соглашение по ценам

48. Олигополия – это такая рыночная структура, при которой...

А) в отрасли незначительное количество производителей, которые могут согласовать свои действия

Б) товар однороден, входные барьеры отсутствуют, имеется один продавец и много покупателей

В) товары, производимые конкурентами, могут быть как однородными, так и дифференцированными

Г) товар однороден, имеется много продавцов и один покупатель

Д) в отрасли один производитель и несколько покупателей, товар однороден

49. Под монополистической конкуренцией понимают такую структуру рынка, при которой...

А) группа взаимодополняемых товаров производится большим числом независимых друг от друга производителей

Б) группа взаимодополняемых товаров производится небольшим числом независимых друг от друга производителей

В) группа взаимозаменяемых товаров производится большим числом независимых друг от друга производителей

Г) все товары производятся в условиях свободной конкуренции

50. Совершенная конкуренция предполагает, что...

А) имеется много продавцов и покупателей и каждый из них производит лишь малую долю всего объема этого товара

Б) товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателя

В) отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль для нового производителя, и нет препятствия для выхода их отрасли

Г) информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна

51. Зависимость между спросом и ценой проявляется в том, что...

А) повышение цены ведет к увеличению спроса

Б) увеличение спроса приводит к снижению цены товара

В) увеличение спроса приводит к увеличению цены товара

Г) снижение цены приводит к снижению спроса

52. Закон предложения гласит, что...

А) при прочих равных условиях увеличение цены товара приводит к увеличению объема предложения товара

Б) при прочих равных условиях увеличение цены товара приводит к снижению объема предложения товара

В) изменение цены товара не влияет на изменение объема предложения

Г) при прочих равных условиях снижение цены приводит к увеличению объема спроса

53. Ценовая эластичность спроса определяется как...

А) произведение объема продаж и цены товара

Б) отношение процентного изменения цены к процентному изменению объема продаж

- В) произведение процентного изменения объема продаж и процентного изменения цены
- Г) отношение процентного изменения объема продаж к процентному изменению цены
- 54. Ценовая эластичность спроса выше...**
- А) на товары первой необходимости
 - Б) на товары, имеющие близких заменителей
 - В) на товары – новинки
 - Г) на товары роскоши
- 55. При единичной ценовой эластичности спроса...**
- А) снижение цены товара приводит к увеличению выручки от реализации продукции
 - Б) снижение цены товара приводит к снижению выручки от реализации продукции
 - В) изменение цены товара не влияет на выручку предприятия
 - Г) увеличение цены товара приводит к снижению прибыли предприятия
- 56. При эластичном спросе...**
- А) выручка предприятия не зависит от цены
 - Б) снижение цены товара приводит к увеличению выручки от реализации продукции
 - В) снижение цены товара приводит к снижению выручки от реализации продукции
 - Г) увеличение цены товара приводит к увеличению выручки от реализации продукции
 - Д) увеличение цены приводит к снижению выручки от реализации продукции
- 57. Равновесная рыночная цена складывается на рынке...**
- А) монополистической конкуренции
 - Б) свободной конкуренции
 - В) олигополистическом рынке
 - Г) чистой монополии
- 58. Снижение цены товара приводит к увеличению выручки от реализации в случае...**
- А) спроса единичной эластичности
 - Б) неэластичного спроса
 - В) эластичного спроса
 - Г) положительной эластичности
- 59. Если коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене больше нуля, то товары...**
- А) взаимодополняемы
 - Б) взаимозаменяемы
 - В) нейтральны
 - Г) независимы
- 25
- 60. Если коэффициент перекрестной эластичности меньше нуля, то товары...**
- А) независимы
 - Б) взаимозаменяемы
 - В) нейтральны
 - Г) взаимодополняемы
- 61. Маржинальная прибыль определяется как...**
- А) сумма постоянных и переменных затрат
 - Б) разница между ценой реализации продукции и постоянными издержками
 - В) произведение прибыли на единицу продукции и объема реализации
 - Г) разница между ценой реализации продукции и прямыми затратами
- 62. Метод удельных показателей...**
- А) основан на экспертных оценках значимости параметров качества изделия для покупателей
 - Б) основан на выделении одного качественного параметра, величина которого в значительной степени определяет уровень цены
 - В) заключается в суммировании цен отдельных частей изделия

Г) заключается в определении совокупности издержек на единицу продукции

63. К параметрическим методам ценообразования не относится...

А) метод тендерного ценообразования

Б) балловый метод

В) метод удельных показателей

Г) метод текущих цен

64. К затратным методам ценообразования относится...

А) метод прямых затрат

Б) метод удельный показателей

В) параметрический метод

Г) метод полных затрат

Д) метод текущей цены

65. Параметрические методы ценообразования применяются на...

А) новую продукцию, не имеющую аналогов

Б) усовершенствованную продукцию, имеющую аналоги на рынке

В) продукцию монополистов

Г) взаимодополняемые товары

66. Метод тендерного ценообразования заключается в...

А) установлении цен на более низком уровне, чем у конкурентов

Б) ориентации на потребительское восприятие

В) установлении цен на уровне, обычно получаемом за аналогичный товар на рынке

Г) установлении цены проникновения на рынок

67. К рыночным методам ценообразования относится...

А) метод тендерного ценообразования

Б) балловый метод

В) параметрический метод

Г) ценообразование с ориентацией на спрос

68. Точка безубыточности предприятия характеризует...

А) точку максимального дохода предприятия

Б) максимальную прибыль предприятия

В) объем производства, при котором выручка предприятия равна его прибыли

Г) объем производства, при котором полностью возмещаются издержки предприятия

69. Наиболее распространенными методами ценообразования являются...

А) методы на основе спроса

Б) рыночные методы

В) параметрические методы

Г) затратные методы

70. К недостаткам метода полных затрат предприятия относится...

А) недостаточность информации о величине затрат

Б) трудность расчета цены

В) субъективность в оценке уровня затрат предприятия

Г) условность распределения косвенных затрат

71. При нарушении государственной дисциплины цен...

А) вся незаконно полученная прибыль изымается в бюджет

Б) в бюджет изымается 50% незаконно полученной прибыли

В) в бюджет изымается вся незаконно полученная прибыль и штраф в таком же размере

Г) уплачивается штраф в размере 50% МРОТ

72. Прямые методы регулирования цен применяются на ...

А) социально-значимую продукцию

Б) товары широкого потребления

В) жилищно-коммунальные услуги

Г) продукцию естественных монополий

73. Государственное регулирование цен является преобладающим на рынке...

А) монополистической конкуренции

Б) свободной конкуренции

В) чистой монополии

Г) совершенной конкуренции

74. К косвенным методам регулирования цен относится...

А) налоговая политика

Б) кредитная политика

В) декларирование цен

Г) таможенная политика

75. Декларирование цен – это...

А) применение режимов повышения цен

Б) установление твердых цен

В) определение пределов цен

Г) регулирование цен с помощью налогов

76. «Рамочные» цены – это...

А) установление пределов цен

Б) применение ценовых режимов

В) установление для предприятия метода формирования цен

Г) установление предельного норматива рентабельности

77. Необходимость государственного регулирования цен вызвана потребностью...

А) установления государственных цен на всю производимую продукцию

Б) защиты интересов малоимущих слоев населения

В) стабилизации экономики

Г) защиты рынка от монополий

78. «Плавающие» цены – это...

А) применение ценовых режимов

Б) установление пределов цен

В) установление предельного норматива рентабельности

Г) фиксирование цен

79. К прямым методам государственного регулирования цен относится...

А) установление предельного норматива рентабельности

Б) применение «рамочных» цен

В) установление льготных условий налогообложения для определенных товаров

Г) установление верхнего и (или) нижнего пределов цен

80. На уровне субъекта Федерации регулируются цены...

А) на жилищно-коммунальные услуги

Б) на перевозки пассажиров городским и пригородным транспортом

В) торговые надбавки на лекарственные средства

Г) на железнодорожном транспорте

81. Протекционизм преследует цель...

А) увеличить цены на реализуемую за рубежом продукцию

Б) защитить внутренний рынок от отрицательного воздействия внешнего рынка

В) увеличить объемы импорта товаров в страну

Г) снизить объемы экспорта товаров из страны

82. К прямым методам протекционистской политики относится...

А) санитарные и технические нормы

Б) применение импортных квот

В) лицензирование внешнеэкономической деятельности

Г) применение экспортных квот

83. Косвенные методы регулирования внешнеэкономической деятельности государства включают

- А) национальные стандарты
- Б) импортные квоты
- В) таможенные пошлины
- Г) экспортные кредиты

84. Признаки, характеризующие мировую цену, заключаются в том, что...

- А) сделки должны совершаться в свободно-конвертируемой валюте
- Б) сделки должны быть либо экспортными, либо импортными
- В) сделки должны носить специальный, межправительственный характер
- Г) сделки должны носить коммерческий характер

85. Под множеством цен в мировой торговле понимается...

- А) установление различных цен на один и тот же товар, реализуемый в различных центрах международной торговли
- Б) установление различных цен на один и тот же товар, реализуемый на мировом рынке, для разной категории покупателей
- В) существование различных цен на товар одинакового качества, поставляемый в одном и том же центре международной торговли
- Г) установление одинаковых цен на взаимозаменяемые товары, реализуемые в одном и том же центре международной торговли

86. Экспортные цены – это цены, по которым...

- А) фирма-экспортер реализует товар импортеру с включением в цену транспортных расходов по доставке товара к борту или на борт судна
- Б) товар реализуется экспортеру с включением в нее расходов на транспортировку и страховку
- В) продукция реализуется импортеру с включением в нее транспортных расходов по доставке товара до границы страны-импортера
- Г) импортер реализует продукцию экспортеру с включением в нее расходов на страхование груза в пути

87. Импортные цены – это цены, которые включают...

- А) экспортную цену, затраты на страховку и транспортировку грузов до границы страны-экспортера
- Б) контрактную цену, импортную пошлину, а также расходы на перевозку продукции до границы страны-экспортера
- В) экспортную цену и расходы на страхование груза в пути
- Г) цену предприятия-производителя, расходы на страхование и транспортировку груза до покупателя

7.3.3.2. Критерии оценки результатов тестирования

90-100% правильных ответов – отлично

75-89% правильных ответов – хорошо

60-74% правильных ответов – удовлетворительно

менее 74% правильных ответов – неудовлетворительно

1.3.4. Форма промежуточного контроля - экзамен

1.3.4.1. Перечень вопросов на экзамен

1. Понятие и сущность цены в условиях рынка. Основные научные теории цены.
2. Методология ценообразования
3. Функции цен.
4. Ценообразующие факторы.
5. Виды цен по характеру обслуживаемого оборота.
6. Виды цен по времени действия.
7. Виды цен по способу формирования (регулирования).

8. Виды цен по способу возмещения транспортных расходов.
9. Виды цен по типу рынка.
10. Виды цен по способу получения информации об уровне цены.
11. Скидки с цен.
12. Понятие себестоимости продукции. Классификация издержек предприятия.
13. Прибыль в составе цены товара.
14. Наценки обращения в цене товара.
15. Взаимосвязь цен и налогов.
16. Порядок формирования цены на предприятии.
17. Понятие и основные цели ценовой политики предприятия.
18. Основные ценовые стратегии предприятия.
19. Особенности ценообразования на различных стадиях жизненного цикла товара.
20. Ценообразование на рынке свободной конкуренции.
21. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции.
22. Особенности ценообразования на олигополистическом рынке.
23. Ценообразование на рынке чистой монополии.
24. Методы ценообразования на основе полных затрат предприятия.
25. Метод ценообразования на основе прямых затрат предприятия.
26. Метод ценообразования на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли предприятия.
27. Параметрические методы ценообразования.
28. Рыночные методы ценообразования.
29. Необходимость и сущность государственного регулирования цен.
30. Методы государственного регулирования цен.
31. Государственное вмешательство в процессы ценообразования в зарубежных странах.
32. Понятие и закон спроса. Факторы, влияющие на величину спроса. Уравнение спроса.
33. Понятие и закон предложения. Факторы, влияющие на величину предложения. Уравнение предложения.
34. Равновесная рыночная цена.
35. Понятие и виды ценовой эластичности спроса.
36. Понятие мирового рынка. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности.
37. Виды цен, обслуживающий внешнеэкономический оборот.
38. Признаки, характеризующие мировую цену.
39. Понятие риска. Сущность риска в ценообразовании.
40. Этапы и критерии оценки риска.
41. Методы снижения риска.
42. Методы страхования цен.
43. Сущность и теории инфляции.
44. Показатели оценки уровня инфляции.

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков отражены в Положении о модульно-рейтинговой системе (МРС), обучения студентов Дагестанского государственного университета (в редакции положения от 27.05.2010, решение Ученого Совета ДГУ, протокол № 9) (http://www.ndoc.dgu.ru/PDF/%D0%9C%D0%A0%D0%A1_2014.pdf).

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля – 30 % и промежуточного контроля – 70 %.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий – 5 баллов
- участие на практических занятиях - 15 баллов
- выполнение контрольных работ – 5 баллов

- Написание и защита реферата/доклада – 5 баллов
 Промежуточный контроль по дисциплине включает:
 - письменная контрольная работа/тестирование - 70 баллов

7.4.1.2. Критерии оценки знаний на итоговом контроле

Критерии оценок следующие:

- 100 баллов - студент глубоко понимает пройденный материал, отвечает четко и всесторонне, умеет оценивать факты, самостоятельно рассуждает, отличается способностью обосновывать выводы и разъяснять их в логической последовательности.
- 90 баллов - студент глубоко понимает пройденный материал, отвечает четко и всесторонне, умеет оценивать факты, самостоятельно рассуждает, отличается способностью обосновывать выводы и разъяснять их в логической последовательности, но допускает отдельные неточности.
- 80 баллов - студент глубоко понимает пройденный материал, отвечает четко и всесторонне, умеет оценивать факты, самостоятельно рассуждает, отличается способностью обосновывать выводы и разъяснять их в логической последовательности, но допускает некоторые ошибки общего характера.
- 70 баллов - студент хорошо понимает пройденный материал, но не может теоретически обосновывать некоторые выводы.
- 60 баллов - студент отвечает в основном правильно, но чувствуется механическое заучивание материала.
- 50 баллов - в ответе студента имеются существенные недостатки, материал охвачен «половинчато», в рассуждениях допускаются ошибки.
- 40 баллов - ответ студента правилен лишь частично, при разъяснении материала допускаются серьезные ошибки.
- 20 - 30 баллов - студент имеет общее представление о теме, но не умеет логически обосновать свои мысли.
- 10 баллов - студент имеет лишь частичное представление о теме.
- 0 баллов - нет ответа

Таблица перевода рейтингового балла в «5»-балльную шкалу

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по 5»-балльной шкале
0-50	Неудовлетворительно
51-65	Удовлетворительно
66-85	Хорошо
86-100	Отлично

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. 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. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 723 с. — 978-5-238-01463-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71070.html>
2. Мантусов В.Б. Ценообразование во внешней торговле [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Таможенное дело», направлению подготовки «Экономика», профиль «Мировая экономика» / В.Б. Мантусов. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2018. — 247 с. — 978-5-238-03051-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70842.html>

3. Магомедов М.Д. Ценообразование [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / М.Д. Магомедов, Е.Ю. Куломзина, И.И. Чайкина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 248 с. — 978-5-394-02663-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60630.html>
4. Шпаргалка по ценам и ценообразованию [Электронный ресурс] / . — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Сибирское университетское издательство, Норматика, 2016. — 119 с. — 978-5-4374-0398-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65260.html>
5. Шуляк П.Н. Ценообразование [Электронный ресурс] : учебно-практическое пособие / П.Н. Шуляк. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 193 с. — 978-5-394-01387-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60548.html>

Дополнительная литература:

6. Забелина Е.А. Ценообразование. Практикум [Электронный ресурс] : пособие / Е.А. Забелина. — Электрон. текстовые данные. — Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2016. — 156 с. — 978-985-503-585-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/67790.html>
7. Королева М.А. Ценообразование и сметное нормирование в строительстве [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.А. Королева. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014. — 264 с. — 978-5-7996-1224-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68518.html>
8. Ценообразование в строительстве [Электронный ресурс] : сборник нормативных актов и документов / . — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2015. — 511 с. — 978-5-905916-65-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/30278.html>
9. Ценообразование в организации. Практикум [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.В. Емельянова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Минск: Вышэйшая школа, 2013. — 336 с. — 978-985-06-2350-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35571.html>
10. Шаркова О.Э. Ценообразование [Электронный ресурс] : ответы на экзаменационные вопросы / О.Э. Шаркова. — Электрон. текстовые данные. — Минск: ТетраСистемс, 2013. — 208 с. — 978-985-536-383-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/28293.html>

Журналы и периодические издания:

1. Экономист.
2. Вопросы экономики.
3. Финансы.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

31

Студенты имеют доступ к электронной библиотечной системе IPRBOOKS, в которой по большинству тем учебного курса имеются электронные учебники.

Студентам при изучении дисциплины рекомендуется использовать источники в сети Интернет, где представлены учебники по социальной работа, теоретические материалы, документы органов государственного и муниципального управления, результаты социологических исследований, энциклопедические словари.

1. <http://economicus.ru>;
- 3 4. <http://www.auditorium.ru>;
4. <http://www.glossary.ru/index.htm>;
5. www.rsl.ru;
6. edu.dgu.ru.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами аудиторной работы освоения дисциплины (модуля) «Цены и ценообразование» студентов являются лекции и семинарские занятия.

В ходе *лекций* преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные

понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу, что определяет важность присутствия студентов на лекционных и семинарских занятиях.

Практические занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

Семинар предполагает свободный обмен мнениями по избранной тематике.

Он начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику.

Затем, как правило, заслушиваются сообщения студентов. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара, заслушиваются обычно в середине занятия. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернативных мнений. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет оценки выступавшим студентам. В целях контроля подготовленности студентов и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе семинарских занятий может осуществлять текущий контроль знаний в виде тестовых заданий.

При подготовке к практическим занятиям студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем студенты вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.

При подготовке к практическим занятиям необходимо использовать справочную и учебную литературу, первоисточники, журналы по психологии и т.д.

Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает в конце семинара, выставляя в рабочий журнал текущие оценки. Студент имеет право ознакомиться с ними.

Методика написания рефератов

Целью написания рефератов является:

- привитие студентам навыков библиографического поиска необходимой литературы (на бумажных носителях, в электронном виде);

- привитие студентам навыков компактного изложения мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу в письменной форме, научно грамотным языком и в хорошем стиле;

- приобретение навыка грамотного оформления ссылок на используемые источники, правильного цитирования авторского текста;

- выявление и развитие у студента интереса к определенной научной и практической проблематике с тем, чтобы исследование ее в дальнейшем продолжалось в подготовке и написании курсовых и дипломной работы и дальнейших научных трудах.

Основные задачи студента при написании реферата:

- с максимальной полнотой использовать литературу по выбранной теме (как рекомендуемую, так и самостоятельно подобранную) для правильного понимания авторской позиции;

- верно (без искажения смысла) передать авторскую позицию в своей работе;

- уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с тем или иным автором по данной проблеме.

Требования к содержанию:

- материал, использованный в реферате, должен относиться строго к выбранной теме;

- необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.)

- при изложении следует сгруппировать идеи разных авторов по общности точек

зрения или по научным школам;

- реферат должен заканчиваться подведением итогов проведенной исследовательской работы: содержать краткий анализ-обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу, с которой Вы солидарны.

Структура реферата.

1. Начинается реферат с титульного листа.

Образец оформления титульного листа для реферата:

2. За титульным листом следует Оглавление. Оглавление - это план реферата, в котором каждому разделу должен соответствовать номер страницы, на которой он находится.

3. Текст реферата. Он делится на три части: введение, основная часть и заключение.

а) Введение - раздел реферата, посвященный постановке проблемы, которая будет рассматриваться и обоснованию выбора темы.

б) Основная часть - это звено работы, в котором последовательно раскрывается выбранная тема. Основная часть может быть представлена как цельным текстом, так и разделена на главы. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует "перегружать" текст.

в) Заключение - данный раздел реферата должен быть представлен в виде выводов, которые готовятся на основе подготовленного текста. Выводы должны быть краткими и четкими. Также в заключении можно обозначить проблемы, которые "высветились" в ходе работы над рефератом, но не были раскрыты в работе.

4. Список источников и литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и все иные, изученные им в связи с его подготовкой. В работе должно быть использовано не менее 5 разных источников, из них хотя бы один – на иностранном языке (английском или французском). Работа, выполненная с использованием материала, содержащегося в одном научном источнике, является явным плагиатом и не принимается. Оформление Списка источников и литературы должно соответствовать требованиям библиографических стандартов (см. Оформление Списка источников и литературы).

Объем и технические требования, предъявляемые к выполнению реферата.

Объем работы должен быть, как правило, не менее 12 и не более 20 страниц. Работа должна выполняться через одинарный интервал 12 шрифтом, размеры оставляемых полей: левое - 25 мм, правое - 15 мм, нижнее - 20 мм, верхнее - 20 мм. Страницы должны быть пронумерованы.

Расстояние между названием части реферата или главы и последующим текстом должно быть равно трем интервалам. Фразы, начинающиеся с "красной" строки, печатаются с абзацным отступом от начала строки, равным 1 см.

При цитировании необходимо соблюдать следующие правила:

- текст цитаты заключается в кавычки и приводится без изменений, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента (пропуск слов, предложений или абзацев допускается, если не влечет искажения всего фрагмента, и обозначается многоточием, которое ставится на месте пропуска) и без искажения смысла;

- каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, библиографическое описание которого должно приводиться в соответствии с требованиями библиографических стандартов.

Контрольная работа отражает уровень освоения студентами содержания дисциплины. Рабочей программой дисциплины предусматривается выполнение количества письменных контрольных работ всеми студентами.

При подготовке контрольной работы студенту рекомендуется четко сформулировать ответы на поставленные вопросы, но при этом важно показать самостоятельное видение проблемы и готовность к более глубокому освоению поставленных в контрольной работе

вопросов.

При проверке контрольной работы оценивается степень усвоения студентами пройденного теоретического материала, знание современного состояния проблемы, методов ее изучения и подходов к ее решению.

Контрольная работа проверяется и оценивается преподавателем.

В процессе самостоятельной работы над каждой темой студенту рекомендуется осуществлять следующие виды деятельности:

- проработка учебного материала по конспектам лекций, основной и рекомендуемой учебной литературе;
- работа над домашними заданиями;
- работа над вопросами и заданиями для самоподготовки;
- работа над дефинициями понятийно-категориального аппарата по каждой теме;
- написание реферата;
- решение заданных проблемных ситуаций;
- самостоятельное моделирование и анализ конкретных проблемных ситуаций по психологии;
- работа с тестами;
- поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации, подготовка заключения по обзору.

На занятиях «Цены и ценообразование» обсуждаются наиболее важные проблемы при активном участии студентов. Активность студентов, как правило, зависит от правильного понимания особенностей ценообразования, изучения конспекта лекций и конспектирования первоисточников, а также должной подготовки по предмету и общей эрудиции.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем

Программное обеспечение:

Microsoft Windows, Microsoft Word используется для создания текстовых файлов (рефератов, выпускных квалификационных работ), Power Point – для создания презентаций, визуального сопровождения докладов по темам занятий, Microsoft Internet Explorer – для дополнительного поиска информации, подготовки к практическим занятиям, в целях поиска информации для самостоятельной работы.

12. Описание материально-технической базы описание материально-технической базы, необходимой для осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Для проведения занятий по дисциплине «Цены и ценообразование» используются:

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, в которой имеются: парта семиместная – 14 шт., стулья ученические - 98 шт., доска классная - 1 шт., стол преподавателя - 1 шт., стул преподавателя - 1 шт., проектор – 1 шт., экран для проектора – 1 шт., кафедра трибуна – 1 шт., стенды – 10 шт., фотоиллюстрации -4 шт.

2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, в которой имеются: парта двухместная – 18 шт., стулья ученические - 36 шт., доска классная - 1 шт., стол преподавателя - 1 шт., стул преподавателя - 1 шт., кафедра трибуна – 1 шт., шкаф – 1 шт., стенды – 7 шт., учебные пособия, раздаточный материал, методические рекомендации

3. Помещение для самостоятельной работы, в котором имеются: парта одноместная – 13 шт., стулья ученические – 13 шт., стол преподавателя - 3 шт., стул преподавателя - 3 шт.,

компьютеры – 16 шт., клавиатура – 16 шт, процессоры – 16 шт., компьютерная мышь -16 шт.,
принтер – 2 шт., стенды – 4 шт., шкаф – 1 шт., учебные пособия.