

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования

«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Филиал в г. Хасавюрте

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Кафедра экономических дисциплин

Образовательная программа
38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) программы
«Финансы и кредит»

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, очно-заочная*

Статус дисциплины: *входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений*

Хасавюрт, 2021

Рабочая программа дисциплины «Цены и ценообразование» составлена в 2021 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата) от «12» августа 2020 г. № 954.

Разработчик: кафедра экономических дисциплин филиала ДГУ в г. Хасавюрте
Магомедов М. А., к.э.н., доцент

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры экономических дисциплин филиала ДГУ в г. Хасавюрте
протокол № 7 от « 22 » марта 2021 года.

Зав. кафедрой



М. А. Магомедов

на заседании учебно-методической комиссии от филиала ДГУ в г. Хасавюрте
протокол № 7 от « 25 » марта 2021 года.

Председатель  А.М.Шахбанов
(подпись)

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Цены и ценообразование» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, направленности (профиля) «Финансы и кредит».

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:

- профессиональных – ПК-2; - ПК-5..

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 (3 зачетные единицы, 108 часов).

Очная форма обучения

Семестр	Учебные занятия							СРС	Форма промежуточной аттестации
	в том числе:								
	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем							
		всего	из них						
Лекции			Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации			
7	108	64	32	-	32		-	44	Экзамен

Очно-заочная форма обучения

Семестр	Учебные занятия							СРС	Форма промежуточной аттестации
	в том числе:								
	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем							
		всего	из них						
Лекции			Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации			
8	108	40	26	-	14		-	68	(36) 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;
- воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Цены и ценообразование» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений ОПОП, бакалавриата по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, направленности (профиля) «Финансы и кредит».

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

Освоение дисциплины «Цены и 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 и процедура освоения)

Код и наименование компетенции из ОПОП	Код и наименование индикатора достижения компетенций (в соответствии с ОПОП)	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку исходных данных, характеризующих финансово-экономическую деятельность учреждений, организаций, предприятий различных организационно-правовых форм, включая органы государственной власти и местного самоуправления	ПК-2.И-1. Осуществляет сбор исходных данных, характеризующих финансово-экономическую деятельность учреждений, организаций, предприятий различных организационно-правовых форм, включая органы государственной власти и местного самоуправления	Знает: нормативную базу в области финансовой деятельности Умеет: осуществлять сбор исходных данных, характеризующих финансово-экономическую деятельность учреждений, организаций, предприятий различных организационно-правовых форм, включая органы государственной власти и местного самоуправления	Устный опрос, письменный опрос, решение задач, выполнение кейс-заданий, написание реферата, доклада, тестирование, круглый стол

правовых форм включения органов государственной власти и местного самоуправления	ПК-2.И-2. Способен анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д.	Умеет: анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д.	
ПК-5 Способен проводить анализ рынка банковских услуг, рынка ценных бумаг и иностранной валюты с целью обеспечения инвестиционной эффективности и оптимальных условий совершения финансовых сделок клиента с поставщиком финансовых услуг	ПК-5.И-1. Проводит исследования финансового рынка и его отдельных сегментов и анализирует предложения финансовых услуг (в том числе действующие правила и условия, тарифную политику)	Знает: современную финансовую систему, особенности развития отдельных сегментов финансового рынка, базовые характеристики финансовых продуктов и услуг Умеет: применять методы экономической диагностики рынка финансовых услуг Владеет: навыками сбора, обработки и анализа финансовой информации, в том числе с применением различных методов исследований	Устный опрос, письменный опрос, решение задач, выполнение кейс-заданий, написание реферата, доклада, тестирование, круглый стол
	ПК-5.И-2. Проводит сбор информации об основных показателях финансовой ситуации клиента, мониторинг финансовых возможностей клиента, выявление платежеспособного спроса	Знает: направления взаимодействия с потенциальными потребителями финансовых услуг с целью выявления платежеспособного спроса Умеет: анализировать основные показатели финансовой ситуации клиента, сравнивать параметры финансовых продуктов в интересах клиента	

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

4.2.1. Структура дисциплины в очной форме

№ пп	Разделы темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				СРС	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	КСР		
Модуль 1. Понятие и структура цен. Ценовая политика								

1	Теоретические основы цены и ценообразования	7	2	2			2	Опрос, оценка выступлений
2	Классификация цен	7	4	2			2	
3	Состав и структура цены	7	2	4			2	
4	Ценовая политика предприятия	7	2	2			4	
5	Ценообразование на различных типах рынков	7	2	2			2	
	<i>Итого по модулю 1:</i>	36	12	12			12	<i>тестирование</i>
Модуль 2. Ценообразование в условиях рынка								
6	Государственное регулирование цен	7	2	2			2	Опрос, оценка выступлений
7	Цены и рыночная конъюнктура	7	2	2			2	
8	Методы формирования цен	7	4	4			2	
9	Ценообразование на мировом рынке	7	2	2			4	
10	Риск в ценообразовании и страхование цен	7	2	2			2	
	<i>Итого по модулю 2:</i>	36	12	12			12	<i>тестирование</i>
Модуль 3. Ценообразование и инфляция								
11	Ценообразование в условиях инфляции	7	8	8			20	Опрос, оценка выступлений
	<i>Итого по модулю 3</i>	36	8	8			20	
	Итого:	108	32	32			44	

4.2.2. Структура дисциплины в очно-заочной форме

№ пп	Разделы/темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				СРС	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	КСР		
Модуль 1. Понятие и структура цен. Ценовая политика								
1	Теоретические основы цены и ценообразования	8	2				4	Опрос, оценка выступлений
2	Классификация цен	8	2	2			4	Опрос, оценка выступлений
3	Состав и структура цены	8	2	2			4	Опрос, оценка выступлений
4	Ценовая политика предприятия	8	2	2			4	Опрос, оценка выступлений

5	Ценообразование на различных типах рынков	8	2				4	Опрос, оценка выступлений
	<i>Итого по модулю 1:</i>	36	10	6			20	<i>тестирование</i>
Модуль 2. Ценообразование в условиях рынка								
6	Государственное регулирование цен	8	2				4	Опрос, оценка выступлений
7	Цены и рыночная конъюнктура	8	2	2			4	Опрос, оценка выступлений
8	Методы формирования цен	8	2	2			4	Опрос, оценка выступлений
9	Ценообразование на мировом рынке	8	2	2			4	Опрос, оценка выступлений
10	Риск в ценообразовании и страхование цен	8	2				4	Опрос, оценка выступлений
	<i>Итого по модулю 2:</i>	36	10	6			20	<i>тестирование</i>
Модуль 3. Ценообразование и инфляция								
11	Ценообразование в условиях инфляции	8	6	2			28	Опрос, оценка выступлений
	<i>Итого по модулю 3</i>	36						
	Итого:	108	26	14			68	

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 страхование 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 .

Модуль 1. Понятие и структура цен. Ценовая политика

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?

Модуль 2. Ценообразование в условиях рынка

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 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 страхование цен

Целью семинарского занятия является изучению 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 и 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?

Модуль 3. Ценообразование и инфляция

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

Для проведения лекционных и практических занятий используются различные образовательные технологии.

При ведении лекционных и практических занятий по данной дисциплине используются как стандартные методы обучения (лекция-презентация, решение практических задач, тестирование, фронтальный опрос, индивидуальный опрос и т.п.), так и интерактивные методы.

При ведении занятий определенное количество часов отведено интерактивным формам. Лекции при этом проводятся с использованием средств визуализации лекционного материала (мультимедийных презентаций) и применением таких методов и технологий, как дискуссия, проблемная лекция, групповой тренинг, анализ конкретной ситуации, лекция с использованием имитационных упражнений и т.п.

Вузовская лекция должна выполнять не только информационную функцию, но также и мотивационную, воспитательную и обучающую.

Информационная функция лекции предполагает передачу необходимой информации по теме, которая должна стать основой для дальнейшей самостоятельной работы студента.

Мотивационная функция должна заключаться в стимулировании интереса студентов к науке. На лекции необходимо заинтересовывать, озадачить студентов с целью выработки у них желания дальнейшего изучения той или иной экономической проблемы.

Воспитательная функция ориентирована на формирование у молодого поколения чувства ответственности, закладку нравственных, эстетических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, финансово-экономического мировоззрения.

Обучающая функция реализуется посредством формирования у студентов навыков работы с первоисточниками и научной и учебной литературой.

При проведении практических занятий в интерактивной форме используются следующие методы: дебаты, круглый стол, мини-конференция, деловая игра, игровые упражнения и т.п.

К участию в проведении интерактивных практических занятий привлекаются представители российских компаний, государственных и общественных организаций.

Кроме того, в процессе изучения дисциплины с целью повышения качества обучения предполагается использование результатов научно-исследовательской работы студентов.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Для теоретического и практического усвоения дисциплины большое значение имеет самостоятельная работа студентов, которая может осуществляться студентами индивидуально и под руководством преподавателя.

Самостоятельная работа студентов предполагает самостоятельное изучение отдельных тем, дополнительную подготовку студентов к каждому практическому занятию.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «*Цены и ценообразование*», предусмотренная учебным планом в объеме 16 часов, представляет собой способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процесса преподавателей.

Основными видами самостоятельной работы студентов в рамках освоения дисциплины «*Цены и ценообразование*» выступают следующие:

- 1) проработка учебного материала;
- 2) работа с вопросами для самопроверки;
- 3) работа со статистическими и аналитическими данными;
- 4) изучение рекомендованной литературы;
- 5) поиск в Интернете дополнительного материала;
- 6) написание рефератов;
- 7) подготовка докладов;
- 8) подготовка презентаций;
- 9) выполнение кейс-заданий;
- 10) решение задач.

Методические рекомендации по написанию рефератов

Реферат представляет собой вид развернутого сообщения по определенной теме с использованием ранее опубликованной информации. Для реферата выбираются наиболее важные с научной точки зрения и достаточно исследованные факты, позволяющие проиллюстрировать актуальность избранной проблемы и указать способы ее решения.

Написание реферата используется в учебном процессе вуза в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п.

С помощью рефератов студент глубже постигает наиболее сложные проблемы курса, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда.

Процесс написания реферата включает:

- выбор темы;
- подбор нормативных актов, специальной литературы и иных источников, их изучение;
- составление плана;
- написание текста работы и ее оформление.

Работу над рефератом следует начинать с общего ознакомления с темой (прочтение соответствующего раздела учебника, учебного пособия, конспектов лекций). После этого необходимо изучить нормативные акты, литературные и иные источники, рекомендованные преподавателем. Однако перечень источников не должен связывать инициативу студента. Он может использовать произведения, самостоятельно подобранные в результате изучения библиографии в библиотеке.

План реферата должен быть составлен таким образом, чтобы он раскрывал название работы. Реферат, как правило, состоит из введения, в котором кратко обосновывается актуальность, научная и практическая значимость избранной темы, основного материала, содержащего суть проблемы и пути ее решения, заключения, содержащего теоретические выводы, списка использованной литературы.

Изложение материала должно быть кратким, точным, последовательным. Объем реферата - от 5 до 15 машинописных страниц.

Материал в реферате располагается в следующей последовательности:

- титульный лист
- план работы
- введение
- текст работы (разбитый на разделы)
- заключение
- список литературы.

На титульном листе студент указывает название вуза, кафедры, полное наименование темы реферата, свою фамилию и инициалы, а также ученую степень, звание, фамилию и инициалы научного руководителя, в самом конце — дату написания работы.

Текст полностью написанной и оформленной работы подлежит тщательной проверке. Ошибки и опiski как в тексте, так и в цитатах, и в научно-справочном аппарате отрицательно сказываются на оценке.

Реферат отражает результаты самостоятельно проведенного студентом научного исследования. В нем студент должен показать умение подбирать и изучать необходимую по теме литературу, находить в ней подходящую информацию, грамотно и хорошо излагать свои мысли, правильно и свободно пользоваться как общепринятой экономической, так и специальной финансовой терминологией.

Выбор темы реферативной работы осуществляется в соответствии с предложенной преподавателем тематикой. В отдельных случаях студент может выбрать для своего реферата тему, которая не вошла в тематику, но отражает его приверженность определенному направлению научных поисков.

Методические рекомендации по подготовке докладов

Доклад – это публичное сообщение, представляющее собой развёрнутое изложение на определённую тему.

В отличие от реферата доклад представляет собой анализ какой-либо темы, опирающийся на всестороннее исследование проблемы или ее отдельных аспектов. Он строится по принципу демонстрации определенной позиции автора, подкрепленной научно-исследовательскими работами в этой области со ссылками на источники, цитатами и обоснованием авторского мнения.

Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме занятия.

Работа студента над докладом-презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать дискуссию.

Структура доклада:

- титульный лист
- оглавление (в нем последовательно излагаются названия пунктов доклада, указываются страницы, с которых начинается каждый пункт);
- введение (формулирует суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы);
- основная часть (каждый раздел ее, доказательно раскрывая отдельную проблему или одну из ее сторон, логически является продолжением предыдущего; в основной части могут быть представлены таблицы, графики, схемы);
- заключение (подводятся итоги или дается обобщенный вывод по теме доклада, предлагаются рекомендации);
- список использованных источников.

Объем доклада может колебаться в пределах 5-15 печатных страниц; все приложения к работе не входят в ее объем.

Доклад должен быть выполнен грамотно, с соблюдением культуры изложения.

Обязательно должны иметься ссылки на используемую литературу.

Содержание доклада студент докладывает на практическом занятии, заседании кружка, научно-практической конференции. Предварительно подготовив тезисы доклада, студент в течение 5-7 минут должен кратко изложить основные положения своей работы. На основе обсуждения студенту выставляется соответствующая оценка.

По усмотрению преподавателя доклады могут быть представлены на практических занятиях и/или студенческих научно-практических конференциях.

Критерии оценки рефератов/докладов

При оценке качества представленной студентом работы (реферата/доклада) принимается во внимание следующее:

1. Содержательное наполнение представленной работы (учитывается, насколько содержание соответствует теме).

2. Полнота раскрытия темы работы (учитывается количество описанных фактов, понятий и т. п.).

3. Логика изложения материала (учитывается умение студента логически верно строить план работы).

4. Количество и качество использованных источников литературы.

5. Оригинальность работы (осуществляется проверка на наличие заимствований).

6. Защита студентом представленной работы.

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

7.1. Типовые контрольные задания

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...

- 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 перспективы 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 из 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

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 удельных 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

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.

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.

Контрольные вопросы по модулю 1

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.

Контрольные вопросы по модулю 2

1. Методы ценообразования на основе полных затрат предприятия.
2. Метод ценообразования на основе прямых затрат предприятия.
3. Метод ценообразования на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли предприятия.
4. Параметрические методы ценообразования.
5. Рыночные методы ценообразования.
6. Необходимость и сущность государственного регулирования цен.
7. Методы государственного регулирования цен.
8. Государственное вмешательство в процессы ценообразования в зарубежных странах.
9. Понятие и закон спроса. Факторы, влияющие на величину спроса. Уравнение спроса.
10. Понятие и закон предложения. Факторы, влияющие на величину предложения.

Уравнение предложения.

11. Равновесная рыночная цена.
12. Понятие и виды ценовой эластичности спроса.
13. Понятие мирового рынка. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности.
14. Виды цен, обслуживающий внешнеэкономический оборот.
15. Признаки, характеризующие мировую цену.
16. Понятие риска. Сущность риска в ценообразовании.
17. Этапы и критерии оценки риска.
18. Методы снижения риска.
19. Методы страхования цен.
20. Сущность и теории инфляции.
21. Показатели оценки уровня инфляции.

Контрольные вопросы к экзамену для итогового контроля

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.

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

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

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий – 10 баллов (на каждом занятии)
- участие на практических занятиях - 70 баллов (на каждом занятии)
- выполнение самостоятельной работы - 20 баллов.

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- устный опрос - 70 баллов,
- решение задач - 30 баллов.

8. Учебно – методическое обеспечение дисциплины

а) адрес сайта курса

1. Moodle[Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. – г. Махачкала. – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://moodle.dgu.ru/> (дата обращения 23.03.2021).

б) Основная литература:

1. Делятицкая, А. В. Ценообразование: конспект лекций : [16+] / А. В. Делятицкая ; Российский государственный университет правосудия. – Москва : Российский государственный университет правосудия (РГУП), 2019. – 56 с. : табл. – Режим доступа: по

подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=560812> (дата обращения: 11.11.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-93916-725. – Текст : электронный.

2. Салько, М. Г. Ценообразование в коммерческой деятельности : учебник : [16+] / М. Г. Салько, О. Г. Якунина ; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень : Тюменский индустриальный университет, 2019. – 167 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611364> (дата обращения: 11.11.2021). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

3. Николаева, Т. Е. Издержки в ценообразовании : учебное пособие : [16+] / Т. Е. Николаева, Е. И. Громова. – Москва : ФЛИНТА, 2019. – 51 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=603113> (дата обращения: 11.11.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-4221-1. – Текст : электронный.

в) Дополнительная литература:

4. 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>

5. 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>

6. 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>

7. 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>

8. 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>

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

1. Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения овсех видах лит, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. – Махачкала, 2018. – URL: <http://elib.dgu.ru> (дата обращения 23.03.2021).

2. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Москва. — URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения 20.03.2021).

3. Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/> (дата обращения 25.03.2021).

4. Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг.гос. ун-т. – г. Махачкала. – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://moodle.dgu.ru/> (дата обращения 20.03.2021).

5. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения 03.03.2021).

6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 03.03.2021).

7. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.economy.gov.ru> (дата обращения 20.03.2021).

8. Ресурсы интеллектуальной информации [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.rinti.ru/> (дата обращения 03.03.2021).

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Оптимальным путем освоения дисциплины является посещение всех лекций и практических занятий и выполнение предлагаемых заданий в виде докладов, тестов и устных вопросов.

На лекциях рекомендуется деятельность студента в форме активного слушания, т.е. предполагается возможность задавать вопросы на уточнение понимания темы и рекомендуется конспектирование основных положений лекции. На практических занятиях деятельность студента заключается в активном слушании выступлений других студентов, предоставлении собственных результатов самостоятельной работы, участии в обсуждении рефератов, выполнении контрольных заданий и т.п.

При подготовке к практическому занятию студенты должны, прежде всего, изучить конспект лекций по заданной теме, ознакомиться с соответствующим разделом в учебнике (законодательном документе), рекомендованном в качестве основной литературы. При желании студент может ознакомиться и с дополнительной литературой, использовать ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Необходимо обратить внимание на периодику, чтобы использовать более «свежий» материал.

Форма работы с литературой должна быть разнообразной - начиная от комментированного чтения и кончая выполнением различных заданий на основе прочитанной литературы. Например, составление плана прочитанного материала; подбор выписок из литературы по заданным вопросам; конспектирование текста.

Для изучения курса студентам необходимо использовать лекционный материал, учебники и учебные пособия из списка литературы, статьи из периодических изданий, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

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

При подготовке к практическим занятиям, а также при написании рефератов могут использоваться поисковые сайты сети «Интернет», информационно-справочная система «Консультант+», а также Интернет-ресурсы, перечисленные в разделе 9 данной программы. Кроме того, могут использоваться учебные курсы, размещенные на платформе Moodle ДГУ. Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта.

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

Лекционный зал на 50-60 человек, стандартная учебная аудитория для группы на 20-25 чел., мультимедиа -проектор, ноутбук.