

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Абдулкеримов Исмаил Заурович
Должность: Директор филиала ДГУ в г.Дербент
Дата подписания: 21.09.2026 15:02:30
Уникальный идентификатор:
03f389fd2faa331f3feb49e53d0b7b8aa29e1114

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования**
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Филиал в г. Дербенте

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Цены и ценообразование

Кафедра экономических, естественных и математических дисциплин

Образовательная программа бакалавриата

38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) программы

Финансы и кредит

Форма обучения

очно-заочная

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

Дербент, 2026

Рабочая программа дисциплины составлена в 2026 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика от «12» августа 2020 г., № 954.

Разработчик(и): кафедра экономических, естественных и математических дисциплин; к.э.н., доцент Джабраилов Р.А.

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры «Экономических, естественных и математических дисциплин» от 24 января 2026 г., протокол №5

И. о. зав. кафедрой  Алиева С.Ю.

на заседании учебно-методической комиссии филиала от 27 января 2026 г., протокол № 3

Председатель  Гашимов Р.Р.

Рабочая программа согласована с учебной частью филиала ДГУ в г. Дербенте «28» января 2026 г., протокол № 3

Зам. директора по учебной работе  Гашимов Р.Р.

СОДЕРЖАНИЕ:

Раздел программы	Стр
Аннотация рабочей программы дисциплины	4
1. Цели освоения дисциплины	5
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата	5
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)	5
4. Объем, структура и содержание дисциплины	7
5. Образовательные технологии	16
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов	17
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	20
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	28
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	28
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	29
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	29
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	29

Аннотация рабочей программы дисциплины

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

Дисциплина реализуется на экономическом отделении кафедрой экономических, естественных и математических дисциплин.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с характеристикой содержания и видов цен, методов формирования цен, государственного регулирования цен, проблемами и особенностями ценообразования в условиях рыночной экономики, .

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных: профессиональных: ПК-2.

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

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: в форме тестирования, решения задач, контрольных работ и промежуточного контроля в форме зачета.

Объем дисциплины 4 зачетных единицы, в том числе в академических часах 144 часов, по видам учебных занятий:

Очно-заочная форма обучения

Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен, курсовая работа, проект, творческое задание, защита реферата, эссе, доклад, презентация, участие в олимпиадах, конкурсах, конференциях, семинарах, симпозиумах, пленумах, съездах, конгрессах, симпозиумах, пленумах, съ			
--	--	--	--

		всего	из них					СРС, в том числе экза- мен	дифференциро- ванный зачет, экзамен
			Лек- ции	Лабора- торные занятия	Практи- ческие занятия	КСР	консультации		
9	144	48	16	-	30	-	-	98	Экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Цены и ценообразование» являются:

- развитие и формирование у студентов личностных качеств, а также формирование профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 – Экономика;

- 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 для успешной реализации полученных знаний и умений в научных исследованиях, докладах, презентациях, а также в практической деятельности;

- воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, финансово-экономического мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

Конкретные задачи дисциплины состоят в получении студентами 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.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Цены и ценообразование» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.01 Экономика, направленность (профиль) «Финансы и кредит».

Данная дисциплина взаимосвязана с дисциплинами «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Налоги и налогообложение», «Экономика организаций», «Статистика», «Корпоративные финансы», «Финансовый менеджмент», «Маркетинг».

Освоение дисциплины «Цены и ценообразование» позволяет студентам самостоятельно анализировать результаты деятельности организации, оценивать уровень и динамику показателей, 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.

Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее для изучения дисциплин «Инвестиции», «Корпоративное налоговое планирование», а также для успешного усвоения содержания учебной и производственной практик.

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

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 и обработку исходных данных, характеризующих финансово-экономическую деятельность учреждений, организаций, предприятий различных организационно-правовых форм, включая органы государственной власти и местного самоуправления	Б-ПК-2.3. Способен анализировать финансовую и иную информацию с целью выработки оптимальной ценовой политики предприятия	<i>Воспроизводит</i> усвоенную терминологию, формулирует виды и функции цен, принципы и методы ценообразования. <i>Понимает</i> основы формирования ценовой политики предприятия, осуществляет выбор определенных методов формирования цен с учетом критериев экономической эффективности. <i>Дает</i> объективную оценку сложившейся ценовой политики государства и предприятия, способен обосновать необходимость принятия альтернативных решений в вопросах ценообразования с учетом возможных колебаний рыночной конъюнктуры.	устный опрос, тестирование, решение задач, проверка рефератов, контрольная работа

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 академических часа.

4.2. Структура дисциплины.

Структура дисциплины в очно-заочной форме

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа, в т.ч.	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самостоятел. раб.		
	Модуль 1. Сущность и виды цен							
1	Теоретические основы цены и ценообразования	8	2	2			6	Опрос, тестирование, написание рефератов/докладов
2	Классификация цен	8	2	4			8	Опрос, тестирование, решение задач, выполнение кейс-заданий
3	Состав и структура цены	8	2	4			6	Опрос, тестирование, решение задач, выполнение кейс-заданий
	<i>Итого по модулю 1:</i>	<i>8</i>	<i>6</i>	<i>10</i>			<i>20</i>	<i>Контрольная ра-</i>

	36 часов							бота
Модуль 2. Ценовая политика и стратегия предприятия								
4	Ценовая политика предприятия	8	2	2			8	Опрос, тестирование, деловая игра
5	Цены и рыночная конъюнктура	8	2	4			6	Опрос, тестирование, решение задач, выполнение кейс-заданий
6	Методы формирования цен	8	2	4			6	Опрос, тестирование, решение задач, выполнение кейс-заданий
	<i>Итого по модулю 2: 36 ч.</i>	8	6	10			20	<i>Контрольная работа</i>
Модуль 3. Ценообразование в условиях рынка								
7	Государственное регулирование цен	8	2	4			6	Опрос, написание рефератов/докладов
8	Ценообразование на мировом рынке	8	2	2			6	Опрос, написание рефератов/докладов
9	Ценообразование на различных типах рынков	8		2			5	Опрос, тестирование, написание рефератов/докладов
10	Ценообразование в условиях инфляции	8		2			5	Опрос, написание рефератов/докладов, деловая игра
	<i>Итого по модулю 3: 36 ч.</i>	8	4	10			22	<i>Контрольная работа</i>
	Модуль 4: экзамен						36	Экзамен
	ИТОГО:	8	16	30			98	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине.

Модуль 1. Сущность и виды цен

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.

Модуль 2. Ценовая политика и стратегия предприятия

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. 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 6. Методы формирования цен

Факторы, влияющие на выбор метода ценообразования. Сбор и анализ исходных данных, необходимых для расчета цен.

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.

Модуль 3. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Тема 7. 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.

Тема 8. 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 9. 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 10. 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. СУЩНОСТЬ И ВИДЫ ЦЕН

Тема 1. Теоретические основы цены и ценообразования

Целью занятия является изучения понятия цен, функций цен, принципов ценообразования, а также факторов, влияющих на уровень и динамику цен. В результате освоения

материала студенты должны знать понятия цены с различных точек зрения, дать характеристику функций и принципов цен и ценообразования, уметь классифицировать факторы ценообразования.

Вопросы:

1. Понятие и значение цены.
2. Основные научные теории цены.
3. Понятие методологии ценообразования.
4. Принципы ценообразования
5. Функции цен.
6. Ценообразующие факторы

Контрольные вопросы:

- 1) В чем заключаются особенности рыночного ценообразования?
- 2) Назовите отличия рыночного и планового ценообразования
- 3) Всегда ли цена товара соответствует его стоимости?
- 4) В чем разница между ценой и ценностью товара?
- 5) Что такое методология ценообразования?
- 6) Какие принципы ценообразования наиболее актуальны в условиях рыночной экономики?
- 7) Как проявляется соизмерительная функция цены?
- 8) В условиях рыночной экономики какие факторы являются преобладающими при формировании цен: внутренние или внешние?
- 9) Назовите представителей неоклассической теории цены
- 10) Кто из отечественных экономистов является представителями теории маржинализма?

Ссылки на учебную литературу, указанную в п. 8: (1,2,3,4,5,9)

Тема 2. Классификация цен

Целью занятия является изучение классификаций и видов цен, понятия и видов скидок с цен. В результате студенты должны знать виды цен, уметь рассчитывать уровни различных видов цен.

Вопросы:

1. Понятие системы цен.
2. Классификации цен по различным признакам.
3. Понятие плановых и тактических скидок с цен.

Контрольные вопросы:

- 1) Из каких элементов состоит розничная цена?
- 2) В чем состоят особенности формирования оптовых цен?
- 3) Чем отличаются скользящие и подвижные цены?
- 4) Что такое сметная стоимость?
- 5) На какие товары устанавливаются скользящие цены?
- 6) Что из себя представляет закупочная цена?
- 7) В чем заключаются отличия аукционных и биржевых цен?
- 8) Что такое плановые скидки с цен?
- 9) Какие скидки относятся к тактическим?
- 10) Что из себя представляют клубные скидки?

Ссылки на учебную литературу, указанную в п. 8: (1,3,4,7,10)

Тема 3. Состав и структура цены

Целью занятия является изучение состава и структуру цены, видов издержек предприятия, роли прибыли и надбавок в составе цены, видов налогов, включаемых в цену то-

вара. В результате студенты должны знать состав цены, уметь рассчитывать структуру различных видов цен.

Вопросы:

1. Состав и элементы цены.
2. Понятие себестоимости продукции.
3. Понятие и состав экономических (предпринимательских) издержек.
4. Роль прибыли в формировании цены.
5. Виды налогов, включаемых в цену товара.

Контрольные вопросы:

- 1) Что представляют собой альтернативные издержки? Приведите пример.
- 2) Что такое условно-переменные (частично-переменные) издержки?
- 3) Какие нормативные акты определяют состав альтернативных издержек?
- 4) Чем отличаются бухгалтерские и альтернативные издержки?
- 5) Какой показатель рентабельности характеризует эффективность всего производства в целом?
- 6) Какие налоги включаются в состав себестоимости продукции?
- 7) Чем по составу отличаются оптовая и торговая надбавки к ценам?
- 8) Какие налоги включаются в состав себестоимости продукции?
- 9) Какую долю составляют налоги в цене товара?
- 10) Что из себя представляет правило максимизации прибыли предприятия?

Ссылки на учебную литературу, указанную в п. 8: (1,2,3,4,5,7,9)

Модуль 2. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА И СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема 4. Ценовая политика предприятия

Целью занятия является изучение понятия и видов ценовой политики и стратегии предприятия, а также особенностей ценообразования на различных стадиях жизненного цикла товара. В результате студенты должны знать этапы формирования цены на товары, уметь формулировать цели ценовой политики предприятия, а также особенности применения ценовых стратегий предприятия.

Вопросы:

1. Этапы установления цены на предприятии.
2. Понятие ценовой политики предприятия.
3. Понятие ценовой стратегии предприятия.
4. Стадии жизненного цикла товара.

Контрольные вопросы:

- 1) Какие факторы влияют на выбор ценовой стратегии и ценовой политики предприятия?
- 2) Перечислите этапы формирования цены на предприятии.
- 3) Что из себя представляет стратегия неокругленных цен?
- 4) При ценообразовании на какие товары применяется стратегия престижных цен?
- 5) Какие ценовые стратегии являются наиболее эффективными на стадиях внедрения товара на рынок и упадка товара?
- 6) Как стадии жизненного цикла товара влияют на выбор ценовой стратегии предприятия?
- 7) Что такое ценовая дискриминация?
- 8) Что является основной целью деятельности коммерческого предприятия?
- 9) Какие цели ценовой политики предприятия могут применяться одновременно? Привести примеры.
- 10) Приведите примеры краткосрочных и долгосрочных целей ценовой политики

Ссылки на учебную литературу, указанную в п. 8: (1,2,3,4,7,9)

Тема 5. Цены и рыночная конъюнктура

Реализуется в форме практической подготовки на базе Отделения - Национального банка по Республике Дагестан Южного главного управления Центрального банка Российской Федерации.

Целью занятия является изучение понятий спроса, предложения, равновесной рыночной цены, ценовой эластичности. В результате студенты должны знать законы и уравнения спроса и предложения, уметь рассчитывать равновесную рыночную цену и равновесный объем продаж, коэффициенты ценовой эластичности спроса.

Вопросы:

1. Понятие спроса и объема спроса. Закон спроса.
2. Понятие и закон предложения.
3. Равновесная рыночная цена.
4. Ценовая эластичность спроса.

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?

Ссылки на учебную литературу, указанную в п. 8: (1,2,3,4,7,10)

Тема 6. Методы формирования цен

Целью занятия является изучение различных методов формирования цен и условий их применения. В результате студенты должны знать методы формирования цен, уметь рассчитывать уровни цен с помощью различных методов.

Вопросы:

1. Факторы, влияющие на выбор метода ценообразования.
2. Методы ценообразования на основе затрат производства.
3. Параметрические (эконометрические) методы ценообразования.
4. Рыночные методы ценообразования.

Контрольные вопросы:

- 1) Какие факторы влияют на выбор предприятием метода ценообразования?
- 2) Преимущества и недостатки затратных методов ценообразования.
- 3) Недостатки и преимущества параметрических методов ценообразования
- 4) В чем отличие прямых и переменных издержек?
- 5) Чем отличаются косвенные и постоянные издержки?
- 6) Что такое маржинальный доход?
- 7) На какие товары в основном применяются параметрические методы ценообразования?
- 8) Что представляет из себя метод «запечатанного конверта»?

Ссылки на учебную литературу, указанную в п. 8: (1,2,3,4,5,7,9,10)

Модуль 2. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Тема 7. Государственное регулирование цен

Целью занятия является обоснование необходимости государственного вмешательства в процессы ценообразования, изучение различных методов государственного регулирования цен. В результате студенты должны знать законодательство в области ценообра-

зования, прямые и косвенные методы государственного регулирования цен и особенности их применения.

Вопросы:

1. Ценовая политика государства.
2. Правовое обеспечение ценовой политики государства.
3. Формы государственного регулирования цен.
4. Прямые методы государственного регулирования цен.
5. Косвенные методы государственного регулирования цен.
6. Государственное регулирование цен в зарубежных странах: особенности и тенденции.

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?

Ссылки на учебную литературу, указанную в п. 8: (1,2,3,4,5,6,7)

Тема 8. Ценообразование на мировом рынке

Целью занятия является изучение видов цен, применяемых на мировых рынках. В результате студенты должны знать особенности ценообразования на мировых рынках, признаки, характеризующие мировую цену, виды цен, применяемых в международной торговле.

Вопросы:

1. Особенности мирового рынка и международной торговли.
2. Виды цен, обслуживающих внешнеэкономический оборот.
3. 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?
- 5) В настоящее время какой Инкотермс применяется?

Ссылки на учебную литературу, указанную в п. 8: (1,2,3,4,6,8,10)

Тема 9. Ценообразование на различных типах рынков

Целью занятия является изучение особенностей ценообразования на различных типах рынков в зависимости от уровня развития конкуренции на нем. В результате студенты должны знать применяемые на различных типах рынков стратегии и тактики ценообразования.

Вопросы:

1. Понятие структуры рынка. Характеристика рынка свободной конкуренции.
2. Основные черты рынка монополистической конкуренции.
3. Понятие и основные черты олигополии.
4. Понятие монополии и 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?
- 5) Какие существуют формы ценовой дискриминации?
- 6) Какие товары характерны для рынка монополистической конкуренции?
- 7) Приведите примеры российских компаний на олигополистическом рынке.
- 8) Чем отличается рынок чистой конкуренции от рынка совершенной конкуренции?
- 9) Как формируются цены на рынке олигополистической конкуренции?
- 10) Какие товары характерны для рынка чистой монополии?

Ссылки на учебную литературу, указанную в п. 8: (1,2,3,4,5,7,9,10)

Тема 10. Ценообразование в условиях инфляции

Целью занятия является изучение особенностей ценообразования в условиях инфляции. В результате студенты должны знать показатели инфляции и уметь их рассчитывать.

Вопросы:

1. Сущность и теории инфляции. Причины и последствия инфляции.
2. Стадии развития инфляции.
3. Показатели оценки уровня инфляции.

Контрольные вопросы:

- 1) Каковы возможные последствия инфляции?
- 2) Какие существуют стадии развития инфляции?
- 3) Какие инструменты использует государство для нивелирования отрицательных последствий инфляции?
- 4) Сущность и причины инфляции.
- 5) Теории инфляции.
- 6) Виды инфляций.
- 7) Показатели инфляции.

Ссылки на учебную литературу, указанную в п. 8: (1,2,3,5,10)

5. Образовательные технологии

Для проведения лекционных и практических занятий используются различные образовательные технологии.

Лекции проводятся с использованием средств визуализации лекционного материала (мультимедийных презентаций).

При изучении дисциплины «Цены и ценообразование» для проведения лекционных занятий используются следующие интерактивные формы:

- 1) научная дискуссия;
- 2) мозговой штурм;
- 3) круглые столы;
- 4) проблемная лекция и лекция-дискуссия.

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, этических 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 ведении практических занятий по данной дисциплине используются такие стандартные и интерактивные методы, как тестирование, фронтальный опрос, решение задач, кейс-заданий, индивидуальный опрос, метод малых групп, деловые игры и т.п.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Цель самостоятельной работы студентов - научить студента осмысленно и самостоятельно работать сначала с учебным материалом, затем с научной информацией, заложить основы самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы привить умение в дальнейшем непрерывно повышать свою квалификацию.

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) написание рефератов;
- 4) подготовка докладов;
- 5) 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.

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.

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.

Примерный перечень вопросов для самостоятельной работы студентов:

1. Особенности ценообразования в дореволюционной России
2. Ценовая политика России в первые годы Советской власти
3. Ценообразование в России в послевоенный период
4. Теоретические аспекты взаимосвязи цен и денежного обращения.
5. Воздействие роста цен на валютный курс и международную торговлю.
6. Взаимодействие цен и кредита
7. Сущность цены кредита
8. Порядок установления цен на кредитные ресурсы
9. Вопросы ценообразования в Налоговом Кодексе Российской Федерации. Методы определения рыночной цены
10. Порядок контроля со стороны налоговых органов за уровнем цен
11. Вопросы ценообразования в Гражданском Кодексе Российской Федерации
12. Особенности ценообразования в сфере услуг
13. Тарифы железнодорожного транспорта
14. Тарифы водного транспорта
15. Тарифы автомобильного транспорта
16. Ценообразование в ЖКХ
17. Ценообразование на услуги здравоохранения
18. Ценообразование на образовательные услуги
19. Особенности ценообразования в нефтегазовом комплексе
20. Ценообразование на энергоресурсы
21. Анализ безубыточности решений по изменениям цен при постоянстве затрат.
22. Анализ безубыточности решений по изменению постоянных и переменных издержек
23. Анализ безубыточности решений по изменению цен при продаже взаимозаменяемых товаров
24. Анализ безубыточности решений по изменению цен при продаже взаимодополняемых товаров
25. Сравнительный анализ калькулирования по полным и по сокращенным затратам. Нижняя граница цены
26. Цифровые технологии в ценообразовании
27. Методы ценообразования в условиях цифровой экономики
28. Перспективы использования онлайн-данных ККТ для расчета инфляции
29. Роль искусственного интеллекта в расчете уровня инфляции
30. Цифровой рубль и цифровые финансовые активы

Перечень основной и дополнительной литературы, рекомендуемой к использованию при написании рефератов и докладов по дисциплине, представлен в Разделе 8 данной рабочей программы.

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

- 7.1. Типовые контрольные задания

Контрольные задания по дисциплине «Цены и ценообразование» включают в себя тесты, задачи, кейс-задания, деловые игры, рефераты.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ И ДОКЛАДОВ ПО МОДУЛЯМ ДИСЦИПЛИНЫ

Модуль 1. Сущность и виды цен

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. Надбавки и скидки к ценам.
20. Трансфертное ценообразование.

Модуль 2. Ценовая политика и стратегия предприятия

21. Взаимосвязь цены и спроса.
22. Взаимосвязь цены и предложения.
23. Формирование свободных рыночных цен.
24. Рыночные методы формирования цен.
25. Нормативно-параметрические методы формирования цен.
26. Особенности ценообразования на различных стадиях жизненного цикла товара.
27. Ценовая политика предприятия.
28. Искусственный интеллект в ценообразовании
29. Особенности ценообразования в условиях интернет-торговли
30. Инновации в ценообразовании
31. Формирование динамического ценообразования на основе Big Data
32. Парсинг цен конкурентов на основе цифровых инструментов

Модуль 3. Ценообразование в условиях рынка

33. Особенности ценообразования в условиях финансового кризиса.
34. Либерализация цен в России и политика цен на современном этапе.
35. Особенности ценообразования в условиях инфляции.
36. Государственное регулирование цен в промышленно развитых странах.
37. Государственное регулирование цен в развивающихся странах.
38. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности.
39. Ценообразование на экспортную продукцию.
40. Ценообразование на импортную продукцию.
41. Ценообразование в общественном питании.

42. Ценообразование в АПК.
43. Ценообразование на рынке недвижимости.
44. Ценообразование в сфере естественных монополий.
45. Система органов государственного контроля за ценами.
46. Правовое регулирование государственного контроля за ценами в РФ.
47. Государственное регулирование тарифов на жилищно-коммунальные услуги.
48. Особенности формирования тарифов на бытовые услуги.
49. Ценообразование в строительстве.
50. Тарифная политика государства на транспортные услуги.
51. Анализ безубыточности в ценообразовании.
52. Ценообразование в сфере естественных монополий.
53. Прямое вмешательство государства в процессы ценообразования в условиях рынка.
54. Косвенное вмешательство государства в процессы ценообразования в условиях рынка.
55. Сущность и порядок формирования цены кредита.
56. Big Data в мировом ритейле
57. Big Data в российском ритейле
58. Роль веб-скрейпинга в расчете показателей инфляции
59. Проблемы и перспективы использования технологии искусственного интеллекта в расчете показателей инфляции
60. Преимущества и недостатки цифрового рубля

Примерные задачи по модулям по дисциплине

Модуль 1. СУЩНОСТЬ И ВИДЫ ЦЕН

Задача 1.

Рассчитать оптовую цену предприятия, оптовую цену промышленности и розничную цену по следующим данным:

1. себестоимость единицы продукции – 780 р.
2. прибыль на единицу продукции – 160 р.
3. надбавка оптовой организации – 210 р.
4. торговая наценка – 15%

Задача 2.

Рассчитать оптовую цену предприятия, оптовую цену промышленности и розничную цену по следующим данным:

1. полная себестоимость продукции – 420 т.р.
2. рентабельность продукции – 15%
3. надбавка оптовой организации – 120 т.р.
4. торговая наценка – 5%
5. объем производства – 300 шт.

Задача 3.

Определить величину и уровень оптовой надбавки (%) посредника, если известны следующие данные:

1. оптовая цена предприятия (с НДС) – 162 р.
2. оптовая цена промышленности (с НДС) – 186 р.

Задача 4.

Оптовая база приобрела у изготовителя партию товара и реализовала ее по цене 3800 р. за единицу. Определить цену приобретения, если известно, что надбавка оптовой организации составляет 900 р. за единицу.

Задача 5.

Проанализируйте ситуацию, имеет ли смысл фирме заниматься посреднической деятельностью, если цена закупки товара равна 100 тыс. руб., издержки обращения фирмы - 50 тыс. руб., рентабельность посредника - 20%, максимально возможная цена реализации - 180 тыс. руб.?

Модуль 2. Ценовая политика и стратегия предприятия**Задача 1.**

Вычислить уравнение спроса и коэффициенты эластичности по следующим данным:

	Цена, руб.	Спрос, шт.
2021 г.	400	700
2022 г.	600	650

Задача 2.

Предприятие производит 7000 единиц продукции в месяц. Полная себестоимость продукции составила 2 млн.р., в том числе 1610 т.р. – постоянные расходы.

Определить точку безубыточности предприятия при цене 200 р., 300 р. и 350 р. Какая цена выгоднее для предприятия?

Задача 3.

Функция спроса на товар имеет вид: $q_c = 10 - p_c$, а функция предложения: $q_p = -2 + 2p_p$. Предположим, что государство установило фиксированную цену на товар: 1) 3 руб., 2) 5 руб.

Определить избыток спроса и избыток предложения, а также реальный объем продаж в состоянии равновесия и при фиксированных ценах.

Задача 4.

Предприятие производит 1400 единиц продукции по цене 450 руб. Коэффициент эластичности спроса по цене равен 1,2. Определить, как изменится объем продаж и выручка предприятия, если цену снизить на 30 руб.

Задача 5.

Предприятие производит 10000 единиц продукции. Полная себестоимость продукции составила 6 млн.р., в том числе 4800 т.р. – постоянные расходы. Определить точку безубыточности предприятия при цене 500 р., 700 р. и 850 р. Какая цена выгоднее для предприятия?

Примерные тестовые задания по модулям дисциплины**Модуль 1. Сущность и виды цен****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. К ценам, отражающим характер обслуживаемого оборота, относятся...

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

4. Сметные цены - это цены на...

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

5. 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

6. 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

Модуль 2. Ценовая политика и стратегия предприятия

1. 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

2. 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

3. 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

4. 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

5. Маржинальная прибыль определяется как...

- А) сумма постоянных и переменных затрат
- Б) разница между ценой реализации продукции и постоянными издержками

- В) производство прибыли на единицу продукции и объема реализации
- Г) разница между ценой реализации продукции и прямыми затратами

6. 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

Модуль 3. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

1. 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

2. Прямые методы регулирования цен применяются на ...

- А) социально-значимую продукцию
- Б) товары широкого потребления
- В) жилищно-коммунальные услуги
- Г) продукцию естественных монополий

3. 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

4. К прямым методам протекционистской политики относится...

- А) санитарные и технические нормы
- Б) применение импортных квот
- В) лицензирование внешнеэкономической деятельности
- Г) применение экспортных квот

5. Декларирование цен - это:

- А) установление твердых цен;
- Б) применение режимов повышения цен;
- В) определение пределов цен;
- Г) регулирование цен с помощью налогов.

6. «Рамочные» цены - это:

- А) применение ценовых режимов;
- Б) установление для предприятия метода формирования цен;
- В) установление пределов цен;
- Г) установление предельного норматива рентабельности.

7. 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

8. 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

Примеры кейс-заданий по модулям дисциплины
Модуль 1. Сущность и виды цен

Кейс-задание 1. Расчет величины надбавок к ценам

На основе информации о структуре цен на отдельные продукты питания в I полугодии 2021 г. определите суммарную долю снабженческо-сбытовой и торговой надбавки (наценки посредников) по каждому товару.

Структура розничных цен	Говядина	Мясо птицы	Колбаса вареная	Хлеб из пшеничной муки	Сахар-песок	Водка	Масло подсолнечное	Масло сливочное	Молоко цельное
Стоимость сырья и основных материалов, за вычетом возвратных отходов, побочной и сопутствующей продукции	58,5	64,1	61,9	42,6	34,9	4,3	29,4	64,8	47,1
Расходы на производство	14,1	10,8	13,1	25,1	14,8	14,6	9,3	11,3	26,4
Полная себестоимость единицы продукции	72,6	74,9	75,0	67,7	49,7	18,9	38,7	76,1	73,5
Прибыль промышленных предприятий	5,5	2,0	2,5	8,8	6,9	3,6	23,8	0,8	3,8
Отпускная цена без НДС и других налогов	78,1	76,9	77,5	76,5	56,6	22,5	62,5	76,9	77,3
Отпускная цена с НДС и другими налогами	85,3	83,2	84,9	83,5	64,9	78,8	70,1	87,3	83,5
Розничная цена	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

- 1) По каким товарам предприятия розничной торговли имеют наибольшие возможности для ценовой конкуренции?
- 2) По каким товарам такие возможности есть у промышленных предприятий?
- 3) По каким товарам снижение цен возможно в большей степени за счет контроля за издержками на производство?
- 4) По каким товарам размер цены может определяться в большей степени стоимостью сельскохозяйственной продукции?
- 5) Будут ли различаться задачи в области ценообразования на рынках этих продуктов?

Модуль 2. Ценовая политика и стратегия предприятия

Кейс-задание 1. Расчет коэффициента ценовой эластичности спроса

Высшее учебное заведение осуществляет подготовку специалистов с полным возмещением затрат по трем специальностям.

Показатель	Специальность
------------	---------------

	«Финансы и кредит»	«Налоги и налого- обложение»	«Менеджмент организации»
Базовая цена, руб. в год	40 000	36 000	36 000
Новая цена, руб. в год	50 000	36 000	36 000
Объем спроса базовый, человек	40	36	35
Коэффициент эластичности спроса по цене	1,5	2	2,3
Коэффициент перекрестной эластичности спроса на специальности, соответствующие по цене специальности «Финансы и кредит»		1,2	0,5

- 1) Как изменится спрос на каждую из специальностей под влиянием изменения цен на одну из них?
- 2) Как изменится выручка вуза под влиянием изменения цен?
 1. *Спрос является неэластичным, если...*
 - А) при значительном повышении цены объем спроса снижается не значительно
 - Б) при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно
 - В) при незначительном увеличении цены спрос значительно снижается
 - Г) спрос меняется независимо от цены
 2. *Ценовая эластичность спроса выше...*
 - А) на товары первой необходимости
 - Б) на товары, имеющие близких заменителей
 - В) на товары – новинки
 - Г) на товары роскоши
 3. *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

Модуль 3. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Кейс-задание 1. Индекс потребительских цен

Данные статистики говорят о росте цен на российском рынке товаров и услуг потребительского назначения в 2019-2020 гг.

Потребительские цены на конец периода (декабрь 2019-2020гг)

Индексы цен	Декабрь 2019 г.	Декабрь 2020 г.
Индекс потребительских цен, общий	136,5	152,9,
Индекс потребительских цен на продовольствие	130,0	143,2
<i>в том числе на алкоголь</i>	122,6	134,8
Индекс потребительских цен на непродовольственные товары,	125,0	136,5
<i>в том числе на бензин</i>	110,1	128,6
Индекс потребительских цен на услуги	186,5	228,0
<i>в том числе на жилищно-коммунальные</i>	233,3	300,3

- 1) Оцените изменения относительных индексов цен на рынке товаров и услуг потребительского назначения.
- 2) Как изменились соотношения цен между товарами и услугами?
- 3) Какие товары стали за этот период относительно дешевле, а какие дороже?
- 4) Что послужило причиной этих изменений?

- 5) Какие индексы можно использовать при расчете сопоставимых цен по отдельным товарам?

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (экзамену)

1. Понятие и сущность цены в условиях рынка.
2. Основные научные теории цены.
3. Методология ценообразования
4. Функции цен.
5. Ценообразующие факторы.
6. Виды цен по характеру обслуживаемого оборота.
7. Виды цен по времени действия.
8. Виды цен по способу формирования (регулирования).
9. Виды цен по способу возмещения транспортных расходов.
10. Виды цен по типу рынка.
11. Виды цен по способу получения информации об уровне цены.
12. Скидки с цен.
13. Понятие себестоимости продукции. Классификация издержек предприятия.
14. Прибыль в составе цены товара.
15. Наценки обращения в цене товара.
16. Взаимосвязь цен и налогов.
17. Порядок формирования цены на предприятии.
18. Понятие и основные цели ценовой политики предприятия.
19. Основные ценовые стратегии предприятия.
20. Особенности ценообразования на различных стадиях жизненного цикла товара.
21. Ценообразование на рынке свободной конкуренции.
22. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции.
23. Особенности ценообразования на олигополистическом рынке.
24. Ценообразование на рынке чистой монополии.
25. Методы ценообразования на основе полных затрат предприятия.
26. Метод ценообразования на основе прямых затрат предприятия.
27. Метод ценообразования на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли предприятия.
28. Параметрические методы ценообразования.
29. Рыночные методы ценообразования.
30. Необходимость и сущность государственного регулирования цен.
31. Методы государственного регулирования цен.
32. Государственное вмешательство в процессы ценообразования в зарубежных странах.
33. Понятие и закон спроса. Факторы, влияющие на величину спроса. Уравнение спроса.
34. Понятие и закон предложения. Факторы, влияющие на величину предложения. Уравнение предложения.
35. Равновесная рыночная цена.
36. Понятие и виды ценовой эластичности спроса.
37. Понятие мирового рынка. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности.
38. Виды цен, обслуживающий внешнеэкономический оборот.
39. Признаки, характеризующие мировую цену.
40. Сущность и теории инфляции.
41. 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 - 50% и промежуточного контроля - 50%.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- участие на практических занятиях - 70 баллов
- выполнение самостоятельной работы - 30 баллов.

Промежуточный контроль (экзамен) по дисциплине включает:

- теоретические вопросы – 50 баллов
- кейс-задание – 50 баллов.

8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

а) адрес сайта курса

1. Сайт кафедры «Финансы и кредит» <http://cathedra.dgu.ru/?id=2561>
2. Образовательный блог Ниналаловой Ф.И. «Цены и ценообразование» <http://nifatima.blogspot.com/>

б) основная литература:

1. Липсиц, И. В. Ценообразование: учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 334 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/510557>
2. Слепов В.А. и др. Ценообразование. – М.: Магистр, 2022. – 304 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=387149>

3. Фридман А.М. Ценообразование. – М.: ИНФРА-М, РИОР, 2022. – 151 с. – URL: <https://znanium.com/read?id=428619>

в) дополнительная литература:

4. Липсиц, И. В. Ценообразование. Практикум [Текст]: учеб. пособие для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 336 с.
5. Магомедов, М.Д. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ М.Д.Магомедов, Е.Ю.Куломзина, И.И.Чайкина— Москва: Дашков и К, 2017.— 248 с.— URL: <http://www.iprbookshop.ru/60630.html> .—
6. 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 — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2018.— 247 с.— URL: <http://www.iprbookshop.ru/70842.html> .—
7. Салимжанов, И. К. Ценообразование [Текст] / И.К.Салимжанов - Москва: Высшая школа, 2017. - 304 с.
8. Худжатов, М.Б. Ценообразование во внешней торговле. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.Б.Худжатов., Т.М.Воротынцева. — Санкт-Петербург: Интермедия, 2019. — 120 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85774.html>
9. Шуляк П.Н. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие/ Шуляк П.Н.— Москва: Дашков и К, 2018.— 193 с.— URL: <http://www.iprbookshop.ru/85306.html> .—
10. Ямпольская, Д. О. Ценообразование: учебник для вузов / Д. О. Ямпольская. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 193 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/515453>

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

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики: URL: www.gks.ru
2. СПС «Консультант Плюс»: Законодательство: Версия Проф. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/>
3. 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>
4. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. – Москва. – URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
5. 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/>

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 устных и письменных опросов, рефератов, тестов, задач.

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 обучающиеся 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. Необходимо также обратить внимание на периодику, чтобы использовать более «свежий» материал.

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

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

В процессе преподавания дисциплины предполагается использование современных технологий визуализации учебной информации (создание и демонстрация презентаций), использование ресурсов электронной информационно-образовательной среды университета, материалов, размещенных на образовательном блоге «Цены и ценообразование» // nifatima.blogspot.ru.

Проведение данной дисциплины не предполагает использование специального программного обеспечения. Используется следующее лицензионное программное обеспечение общего назначения и информационные справочные системы: прикладные программы пакета OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc, Справочно Правовая Система КонсультантПлюс, Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ».

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

Для проведения занятий по дисциплине необходимы учебные аудитории для про-

ведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с достаточным количеством посадочных мест. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа должны быть оснащены современным демонстрационным (мультимедийным) оборудованием для показа презентаций.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.