

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г.ШУХОВА»**
(БГТУ им. В.Г. Шухова)

УТВЕРЖДАЮ
Директор института

« 27 » апреля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины (модуля)

Ценообразование во внешней торговле

направление подготовки (специальность):

38.05.02 Таможенное дело

Направленность программы (профиль, специализация):

Таможенная логистика

Квалификация

Специалист таможенного дела

Форма обучения

очная

Институт экономики и менеджмента

Кафедра мировой экономики и финансового менеджмента

Белгород 2022

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - специалитет по специальности 38.05.02 Таможенное дело, утверждённого приказом Минобрнауки России от 25 ноября 2020 г. № 1453;
- учебного плана, утверждённого учёным советом БГТУ им. В.Г. Шухова в 2022 году.

Составитель (составители): _____ (Т.А. Дубровина)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

« 15 » апреля 2022 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой: д-р экон. наук, доцент _____ (А.С. Трошин)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой
Эксплуатация и организация движения автотранспорта
(наименование кафедры/кафедр)

Заведующий кафедрой: к.т.н., доц. _____ (Н.А. Загородний)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

«27» апреля 2022 г.

Рабочая программа одобрена методической комиссией института

«26» апреля 2022 г., протокол № 9

Председатель канд. экон. наук, доц. _____ (Л.И. Журавлева)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Категория (группа) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине
	ОПК-4. Способен применять положения международных, национальных правовых актов и нормативных документов при решении задач в профессиональной деятельности	ОПК 4.1. Осуществляет поиск нормативно-правовых актов, необходимых для решения поставленных задач в профессиональной деятельности	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знать: объективную необходимость регулирования экономики и цен государством; принципы и задачи ценообразования в современных условиях; функции цен; систему цен и взаимосвязь отдельных видов цен; рыночные факторы ценообразования; методы государственного регулирования цен и контроля над ценами.</p> <p>Уметь: грамотно оценивать конъюнктуру (состояние) рынка для принятия верного ценового решения; эффективно использовать методы ценообразования для формирования цен на внутреннем и внешнем рынках; рассчитать оптовую цену на импортный товар с учетом всех дополнительных расходов на территории России, рассчитать косвенные налоги, посреднические и торговые надбавки, а также конъюнктуру внутреннего рынка.</p> <p>Владеть: приемами сбора информации о ценах мирового и национального рынков; приемами анализа информации о ценах мирового и национального рынков; навыками формирования и расчета цены конкретного товара на основе различных методов; методами обоснования цен внешнеторговых контрактов.</p>

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Компетенция ОПК-4.Способен применять положения международных, национальных правовых актов и нормативных документов при решении задач в профессиональной деятельности

ОПК-4.1. Осуществляет поиск нормативно-правовых актов, необходимых для решения поставленных задач в профессиональной деятельности

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами

Стадия	Наименования дисциплины
1	Общая и таможенная статистика
2	Практические аспекты декларирования товаров
3	Таможенно-тарифное регулирование внешнеторговой деятельности
4	Ценообразование во внешней торговле
5	Запреты и ограничения внешнеторговой деятельности
6	Таможенные платежи

7	Валютное регулирование и валютный контроль
8	Контракты и внешнеторговая документация
9	Теоретические основы таможенной экспертизы
10	Теоретические основы классификации товаров
11	Основы декларирования товаров
12	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единиц, 108 часов.

Форма промежуточной аттестации зачет

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 4
Общая трудоемкость дисциплины, час	108	108
Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:	53	53
лекции	17	17
лабораторные		
практические	34	34
групповые консультации в период теоретического обучения и промежуточной аттестации	2	2
Самостоятельная работа студентов, включая индивидуальные и групповые консультации, в том числе:	55	55
Курсовой проект		
Курсовая работа		
Расчетно-графическое задание		
Индивидуальное домашнее задание	9	9
Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции, практические занятия)	46	46
Экзамен	-	-

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Наименование тем, их содержание и объем

Курс 2 Семестр 4

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	ая работа на подготовку к аудиторным
1. Понятие, факторы и закономерности ценообразования					
	1. Понятия и общий механизм ценообразования 2. Принципы ценообразования 3. Рыночные закономерности и факторы ценообразования	2	4		5
2. Методы ценообразования					
	1. Затратные методы ценообразования 2. Методы, ориентированные на спрос 3. Конкурентные методы ценообразования 4. Комбинированные методы ценообразования	2	4		5
3. Управление ценами					
	1. Организация контроля за ценами в организации 2. Методы тестирования цен	2	4		5
4. Ценообразование на различных типах рынка					
	1. Ценообразование на рынках товаров промышленного назначения	2	4		5

	2. Ценообразование на рынках товаров и услуг потребительского назначения 3. Ценообразование на рынках различных типов				
5. Цены мирового рынка					
	1. Стоимость товара и цена внешнеторговой сделки 2. Понятие мировой цены 3. Факторы, влияющие на цены мирового рынка	2	4		5
6. Классификация цен мирового рынка					
	1. Классификация цен мирового рынка 2. Источники информации о мировых ценах	2	4		5
7. Контрактные цены					
	1. Виды контрактных цен 2. Способы фиксации цены во внешнеторговом контракте 3. Базис цены во внешнеторговом контракте	2	4		8
8. Принципы формирования и обоснования внешнеторговых цен					
	1. Принципы установления цены на товар в зарубежной фирме производителе 2. Методы внесения коммерческих поправок в контрактные цены 3. Расчет цен на экспортируемую продукцию 4. Формирование мировой цены на международных биржах 5. Формирование мировой цены на международных торгах и международных товарных аукционах	3	6		8
	ВСЕГО	17	34	-	46

4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	К-во часов	К-во часов СРС
семестр № 4				
1.	Понятие, факторы и закономерности ценообразования	Ценообразование в современной экономике	4	4
2.	Методы ценообразования	Применение различных методов ценообразования в практической плоскости	4	4
3.	Управление ценами	Способы контроля цен	4	4
4.	Ценообразование на различных типах рынка	Ценообразование на рынках товаров и услуг	4	4
5.	Цены мирового рынка	Внешнеторговые сделки. Факторы, влияющие на мировые цены.	4	4
6.	Классификация цен мирового рынка	Источники информации о мировых ценах.	4	4
7.	Контрактные цены	Внешнеторговые контракты. Виды. Установка цен.	4	4
8.	Принципы формирования и обоснования внешнеторговых цен	Расчет цен на экспортируемую продукцию.	6	6
ИТОГО:			34	34

4.3. Содержание лабораторных занятий

Не предусмотрено учебным планом.

4.4. Содержание курсовой работы

Примерный перечень тем курсовой работы

4.5. Содержание индивидуальных домашних заданий

В процессе изучения дисциплины «Ценообразование во внешней торговле» студенту предлагается выполнить задание

Индивидуальное домашнее задание. ИДЗ выполняется студентом в форме реферата. Реферат является результатом теоретического исследования проблемы, обозначенной в теме. Неотъемлемым элементом самостоятельной работы студента при подготовке реферата является критический анализ различных подходов и мнений по теме реферата. Объем реферата – 15-20 страниц формата А4. В реферате должны быть выделены структурные блоки: введение, основная часть, разбитая на параграфы, заключение. Во введении указывается актуальность проблемы, ставится цель и задачи, приводятся данные о степени изученности проблемы. В заключении студент дает краткие выводы по всем разделам основной части реферата. В конце реферата студент должен указать список литературы (не менее 15 источников).

Перечень предлагаемых тем для написания реферата:

1. Информационное обеспечение внешнеторгового ценообразования.
2. Роль и значение цен и ценообразования.
3. Сущность цены. Функции цен в рыночной экономике.
4. Калькулирование затрат по методу полной себестоимости.
5. Калькулирование затрат по методу сокращенной себестоимости.
6. Калькулирование затрат по методу нормативной себестоимости.
7. Характеристика основных видов цен: оптовых, закупочных и розничных цен.
8. Объективная необходимость государственного регулирования цен в условиях рыночной экономики.
9. Характер взаимосвязи мировых цен, контрактных и внутренних цен на экспортируемые и импортируемые товары.
10. Экономическая природа цен внутреннего рынка.
11. Понятие мировой цены и ее экономическая природа.
12. Источники информации о ценах мирового рынка.
13. Формирование розничной цены на импортные товары с учетом налогов.
14. Снабженческо-сбытовые и торговые надбавки (скидки) как элементы цены.
15. Методы прямого и косвенного регулирования цен.
16. Влияние соотношения спроса и предложения в международной торговле на мировые цены.
17. Монополистический фактор международного ценообразования.

18. Множественность цен мирового рынка и ее связь с этапами ценообразования.

19. Национальная и интернациональная стоимость товара.

Примерные тестовые задания

1. Характер цен и методы их определения:

а) не зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе;

б) зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе;

в) сами диктуют форму управления экономикой

2. Предприятие-потребитель обычно приобретает средства производства (например, оборудование):

а) по розничной цене;

б) по себестоимости;

в) по отпускной цене с добавлением посреднической надбавки (при наличии посредника)

3. На сумму НДС, перечисляемую в бюджет, уровень цены:

а) влияет;

б) не влияет

4. Цена франко-станция отправления включает в себя:

а) затраты на доставку товара до станции отправления;

б) затраты на доставку товара до станции отправления и погрузку товара в вагон;

в) затраты на транспортировку товара до станции назначения;

г) погрузочные работы на складе у покупателя.

5. Формирование цен на основе расчета затрат по нормам с учетом отклонений фактических затрат от нормативных – это:

а) метод сокращенной себестоимости;

б) метод полной себестоимости;

в) метод нормативной (сокращенной или полной) себестоимости.

6. Розничная цена изделия – 200 руб., НДС – 40 руб., надбавка посредника – 20 руб., торговая надбавка – 15% от розничной цены, полная себестоимость изделия – 90 руб. Определить прибыль предприятия на одно изделие.

7. Объединение реализует продукцию по свободной отпускной цене 10 000 руб. за единицу продукции с учетом НДС при себестоимости 5000 рублей. Ставка НДС 18%. Как изменится прибыль от реализации единицы продукции, если органы власти установят предельный норматив рентабельности к затратам 10%?

8. Цены, обслуживающие международные рынки, на которых наблюдается

наибольшее сосредоточение международных центров купли-продажи товаров – это:

- а) внешнеторговые цены;
- б) мировые цены;
- в) цены международных региональных рынков;
- г) цены в международном совместном бизнесе.

9. По характеру обслуживаемого оборота выделяют:

- а) регулируемые цены;
- б) закупочные цены;
- в) биржевые котировки;
- г) скользящие цены.

10. За год фирма продала товаров на 1,5 млн. руб., а производство и сбыт обошлись ей в 1 млн. руб. Это означает, что для нее показатель прибыльности продаж составил:

- а) 23,3%
- б) 33,3%
- в) 43,3%

11. Если показатель "оборачиваемость активов" умножить на показатель "прибыльность продаж", то мы получим показатель:

- а) рентабельности капитала
- б) рентабельности продаж
- в) рентабельности собственного капитала

12. Торговая и посредническая надбавки обязательно включают в себя:

- а) акциз и НДС;
- б) акциз;
- в) НДС

13. Полная себестоимость изделия – 56 руб., рентабельность к затратам – 25%, НДС – 18%, надбавка посредника – 25% к отпускной цене производителя; розничная цена 126 руб. Определите: надбавку посредника.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Реализация компетенций

Компетенция ОПК-4. Способен применять положения международных, национальных правовых актов и нормативных документов при решении задач в профессиональной деятельности

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
--	----------------------------------

ОПК 4.1. Осуществляет поиск нормативно-правовых актов, необходимых для решения поставленных задач в профессиональной деятельности	Зачет, защита ИДЗ, тестовый контроль
---	--------------------------------------

5.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации

5.2.1. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий) для зачета

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
1	Понятие, факторы и закономерности ценообразования	<ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое цена и каково ее место в рыночной экономике? 2. Дайте определение понятию «Стоимость». 3. Дайте определение понятию «Потребительская стоимость». 4. Что представляет собой процесс формирования цен на товары и услуги, как экономическая категория? 5. Какие элементы формируют методологию ценообразования. 6. Какие элементы образуют структуру механизма ценообразования? 7. Выделите внешние факторы, которые оказывают влияние на механизм ценообразования. 8. Выделите внутренние факторы, которые оказывают влияние на механизм ценообразования. 9. Выделите основные элементы процесса ценообразования. 10. Дайте определение понятию «Принципы ценообразования». 11. Дайте определение понятию «Факторы ценообразования». 12. Дайте общую характеристику производственному фактору ценообразования. 13. Дайте общую характеристику такому фактору ценообразования, как спрос. 14. Дайте общую характеристику такому фактору ценообразования, как уровень конкурентности рынка. 15. Дайте общую характеристику такому фактору ценообразования, как свойство товара. 16. Дайте общую характеристику такому фактору ценообразования, как взаимодействие участников канала товародвижения. 17. Дайте общую характеристику такому фактору ценообразования, как государственный контроль. 18. Дайте общую характеристику такому фактору ценообразования, как стратегические цели фирмы. 19. Какие покупательские мотивы характерны для экономного типа покупательского отношения к цене. 20. Какие покупательские мотивы характерны для апатичного типа покупательского отношения к цене. 21. Какие покупательские мотивы характерны для рационального типа покупательского отношения к цене.
2	Методы ценообразования	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дайте общую характеристику затратному методу ценообразования. 2. Выделите особенности, преимущества, недостатки и условия приложения на практике затратного метода ценообразования.

		<p>3. Охарактеризуйте метод установления цены в рамках затратного метода ценообразования, основывающийся на нормативах рентабельности.</p> <p>4. Дайте определение понятию «Норматив рентабельности».</p> <p>5. Охарактеризуйте метод установления цены в рамках затратного метода ценообразования, основывающийся на калькуировании полных затрат.</p> <p>6. Охарактеризуйте метод установления цены в рамках затратного метода ценообразования, основывающийся на калькуировании переменных затрат.</p> <p>7. Охарактеризуйте метод установления цены в рамках затратного метода ценообразования, основывающийся на обеспечение целевой прибыли.</p> <p>8. Дайте определение понятию «Уровень безубыточности».</p> <p>9. Охарактеризуйте метод установления цены в рамках затратного метода ценообразования, основывающийся на обеспечение целевой рентабельности инвестиций.</p> <p>10. Охарактеризуйте метод установления цены в рамках затратного метода ценообразования, основывающийся на расчете.</p> <p>11. Охарактеризуйте метод установления цены в рамках затратного метода ценообразования, основывающийся на расчете торговых скидок и надбавок.</p> <p>12. Дайте определение понятию «Нижний порог возможной цены».</p> <p>13. Какими основными факторами определяется уровень торговой скидки.</p> <p>14. Дайте определение понятию «Торговая надбавка».</p> <p>15. Дайте общую характеристику группе методов ценообразования, ориентирующихся на спрос.</p> <p>16. Для какого метода ценообразования, относящегося к группе методов, ориентированных на спрос, характерна ориентация на массового потребителя при условии плотной конкуренции.</p> <p>17. В чём суть метода определения оптимальной цены, основанного на оценке эластичности спроса по цене.</p> <p>18. На каком принципе основан параметрический метод.</p> <p>19. Какой метод ценообразования наиболее распространен в практике хозяйственной деятельности при назначении цены на уникальный и престижный товар.</p> <p>20. Какой метод установления цены предполагает перебор различных вариантов цен и отслеживания реакции потребителей.</p> <p>21. Какой метод объединяет принципы метода опроса и эксперимента?</p> <p>22. На чем основан параметрический метод конкурентного ценообразования?</p> <p>23. Какой метод ценообразования ориентирован на товар состоящий из отдельных частей или деталей?</p> <p>24. Что положено в основу метода калькуляционного выравнивания?</p> <p>25. Дайте общую характеристику методу анализа влияния изменения цен на объем продаж, суммарной выручки от реализации и маржинальный доход.</p>
3	Управление ценами	1. Какие элементы составляют систему формирования и контроля за ценами.

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Что входит в обязанности подразделений (служб) организации, отвечающих за формирование ценовой политики, контроля и управления ценами. 3. Дайте определение понятию «Норма расхода». 4. Какие методы тестирования цены Вам известны? 5. Какие показатели используются в анализе результатов тестирования цены? 6. Дайте определение понятию «Пределная цена». 7. Дайте характеристику методу «Премиальной цены». 8. Дайте характеристику методу «Цены увеличения продаж». 9. Дайте характеристику методу «Психологической цены». 10. Дайте характеристику методу Ван Вестерндорпа. 11. Дайте характеристику методу Price Sensitivity Meter. 12. Представьте метод Price Sensitivity Meter графически. 13. Дайте характеристику методу Randomised Buying Response. 14. Дайте характеристику методу «Лестница цен». 15. Дайте характеристику методу «Ценовых предпочтений». 16. Дайте характеристику методу Brand Price Trade Off. 17. Дайте характеристику методу Randomised Shopping Situation. 18. Дайте характеристику методу тестирования в конкурентной среде. 19. Дайте характеристику методу оценки «переключения спроса в рамках товарной линии». 20. Дайте определение и охарактеризуйте такой метод маркетинговых исследований, как in-hall –тест. 21. Накопленная частота интервала – это? 22. Представьте матрицу средних коэффициентов эластичности на товарные группы. 23. Представьте формулу для расчета корректирующего коэффициента по цене.
4	Ценообразование на различных типах рынка	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие особенности и закономерности учитываются при формировании цен на продукцию производственно-технического назначения? 3. Определите форму проявления на рынке B2B и B2C следующих факторов формирующих ценовую стратегию: роль ценовой стратегии в системе инструментов маркетинга, эластичность спроса, формирование цен в рамках формального конкурса, уторговывание цены между продавцом и покупателем, использование преискуранных (этикеточных) цен, скидки и финансовое содействие покупателям в приобретении товаров. 4. Представьте и дайте общую характеристику вариантам параметрических ценовых рядов для одной и той же продукции, в рамках отношения цена/производительность. 5. Что собой представляет метод параметрического ценообразования и при каких условиях он используется? 6. Для каких задач используется метод параметрического ценообразования? 7. Для чего используется коэффициент торможения? 8. Какие особенности и закономерности учитываются при формировании цен на продукцию и услуги рынка B2C? 9. Что характерно для нормальных товаров, образующих основную долю в ассортименте потребительских товаров.

		<p>10. Дайте определение понятию «Престижный товар». Какой параметр качества товара престижного спроса является важнейшим? Обоснуйте.</p> <p>11. Представьте графически закономерность формирования спроса на престижные товары. Поясните.</p> <p>12. Какую отличительную особенность имеют товары низшей категории и какими особенностями определяется данный тип товаров в иерархии потребительских благ?</p> <p>13. Определите такие понятия как необходимость, потребность и мечта с позиции движущих потребительских мотивов. Определите позицию каждого элемента в отношении объем продаж/цена.</p>
5	Цены мирового рынка	<p>1. Сущность мировых цен.</p> <p>2. Требования, определяющие мировые цены.</p> <p>3. Особенности формирования мировых цен.</p> <p>4. Множественность цен на мировом рынке.</p>
6	Классификация цен мирового рынка	<p>1. Основные виды мировых цен: справочные, прейскурантные, каталогов, проспектов, предложений фирм, тендерных торгов, бирж, аукционов, расчетные ценовые показатели, цены фактических сделок.</p> <p>2. Соотношения между различными видами мировых цен.</p> <p>3. Источники информации о мировых ценах.</p>
7	Контрактные цены	<p>1. Классификация контрактных цен.</p> <p>2. Особенности формирования контрактных цен на экспортные и импортные товары.</p> <p>3. Определение и выбор базисных мировых цен для различных товарных групп</p>
8	Принципы формирования и обоснования внешнеторговых цен	<p>1. Организация конъюнктурно-ценовой работы для осуществления внешнеторговых операций.</p> <p>2. Информационное обеспечение ценообразования во внешнеторговой деятельности фирмы.</p> <p>3. Источники ценовой информации</p>

**5.2.2. Перечень контрольных материалов
для защиты курсовой работы
Не предусмотрено учебным планом.**

**5.3. Типовые контрольные задания (материалы)
для текущего контроля в семестре**

Вопросы для защиты ИДЗ

1. Роль и значение цен и ценообразования.
2. Сущность цены. Функции цен в рыночной экономике.
3. Взаимосвязь цен с основными экономическими законами.
4. Основные ценообразующие факторы.
5. Субъекты и объекты ценообразования.
6. Рынок как условие ценообразования.
7. Цели фирмы и их отражение в политике ценообразования.

8. Затратный подход к ценообразованию и порождаемые им проблемы.
9. Ценностной подход к ценообразованию, ошибки в его использовании.
10. Экономическая ценность товара; процедура ее определения.
11. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен.
12. Система цен.
13. Классификация цен по видам во внутренней торговле.
14. Виды цен в зависимости от экономического оборота.
15. Сферы применения различных видов цен. Механизм их взаимодействия.
16. Характеристика основных видов цен: оптовых, закупочных и розничных цен.
17. Тарифы на услуги.
18. Франкирование цен. Дифференциация цен в зависимости от транспортных расходов на внутреннем рынке.
19. Элементы цены. Структура основных видов цен.
20. Роль затрат в обосновании ценовых решений. Себестоимость.
21. Идентификация затрат, существенных для анализа цен.
22. Калькулирование затрат по методу полной себестоимости.
23. Калькулирование затрат по методу сокращенной себестоимости.
24. Калькулирование затрат по методу нормативной себестоимости.
25. Прибыль и показатели рентабельности. Взаимосвязь различных показателей рентабельности.
26. Факторы выбора конкурентной стратегии.
27. Процесс формирования ценовой стратегии.
28. Стратегии дифференцированного ценообразования.
29. Стратегии конкурентного ценообразования.
30. Стратегии ассортиментного ценообразования.
31. Соотношение «цена-качество» в ценах.
32. Оценка спроса для целей ценообразования.
33. Косвенные налоги (НДС, акциз) в структуре цены. Взаимосвязь налогов и цен.
34. Формирование розничной цены на импортные товары с учетом налогов.
35. Снабженческо-сбытовые и торговые надбавки (скидки) как элементы цены.
36. Методы прямого и косвенного регулирования цен.
37. Национальные условия производства и реализации товаров.
38. Доступность информации по мировым ценам.
39. Представительность мировой цены.
40. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен.
41. Интернациональные издержки производства и интернациональная стоимость.
42. Влияние соотношения спроса и предложения в международной торговле на мировые цены.
43. Монополистический фактор международного ценообразования.

44. Множественность цен мирового рынка и ее связь с этапами ценообразования.
45. Виды цен мирового рынка.
46. Цены фактических сделок.
47. Методы установления цен в контрактах.
48. Справочные и прејскурантные цены.
49. Цены бирж. Цены аукционов.
50. Цены тендерных торгов.
51. Цены предложений фирм.
52. Расчетные ценовые показатели.
53. Скидки на уторговывание и методы их определения.

5.4. Описание критериев оценивания компетенций и шкалы оценивания

При промежуточной аттестации в форме зачета.

Критериями оценивания достижений показателей являются:

Компетенция ОПК-4. Способен применять положения международных, национальных правовых актов и нормативных документов при решении задач в профессиональной деятельности

ОПК 4.1. Осуществляет поиск нормативно-правовых актов, необходимых для решения поставленных задач в профессиональной деятельности

Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине	Критерий оценивания
Знания	объективной необходимости регулирования экономики и цен государством; принципы и задачи ценообразования в современных условиях; функции цен; систему цен и взаимосвязь отдельных видов цен; рыночные факторы ценообразования; методы государственного регулирования цен и контроля над ценами.
Умения	грамотно оценивать конъюнктуру (состояние) рынка для принятия верного ценового решения; эффективно использовать методы ценообразования для формирования цен на внутреннем и внешнем рынках; рассчитать оптовую цену на импортный товар с учетом всех дополнительных расходов на территории России, рассчитать косвенные налоги, посреднические и торговые надбавки, а также конъюнктуру внутреннего рынка.
Навыки	владения приемами сбора информации о ценах мирового и национального рынков; приемами анализа информации о ценах мирового и национального рынков; навыками формирования и расчета цены конкретного товара на основе различных методов; методами обоснования цен внешнеторговых контрактов.

Оценка сформированности компетенций по показателю «Знания»

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	Не зачтено	Зачтено
Знание объективной необходимости регулирования экономики и цен государством; принципы и задачи ценообразования в современных условиях; функции цен; систему цен и взаимосвязь отдельных видов цен; рыночные факторы ценообразования; методы	Недостаточный уровень знаний объективной необходимости регулирования экономики и цен государством; принципы и задачи ценообразования в современных условиях; функции цен; систему цен и взаимосвязь отдельных видов цен; рыночные факторы ценообразования; методы государственного	Знает и понимает необходимость регулирования экономики и цен государством; принципы и задачи ценообразования в современных условиях; функции цен; систему цен и взаимосвязь отдельных видов цен; рыночные факторы ценообразования; методы государственного регулирования

государственного регулирования цен и контроля над ценами.	регулирования цен и контроля над ценами	цен и контроля над ценами
---	---	---------------------------

Оценка сформированности компетенций по показателю «Умения»

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	Не зачтено	Зачтено
Умение грамотно оценивать конъюнктуру (состояние) рынка для принятия верного ценового решения; эффективно использовать методы ценообразования для формирования цен на внутреннем и внешнем рынках; рассчитать оптовую цену на импортный товар с учетом всех дополнительных расходов на территории России, рассчитать косвенные налоги, посреднические и торговые надбавки, а также конъюнктуру внутреннего рынка.	Не грамотно оценивать конъюнктуру (состояние) рынка для принятия верного ценового решения; эффективно использовать методы ценообразования для формирования цен на внутреннем и внешнем рынках; рассчитать оптовую цену на импортный товар с учетом всех дополнительных расходов на территории России, рассчитать косвенные налоги, посреднические и торговые надбавки, а также конъюнктуру внутреннего рынка.	Правильно грамотно оценивать конъюнктуру (состояние) рынка для принятия верного ценового решения; эффективно использовать методы ценообразования для формирования цен на внутреннем и внешнем рынках; рассчитать оптовую цену на импортный товар с учетом всех дополнительных расходов на территории России, рассчитать косвенные налоги, посреднические и торговые надбавки, а также конъюнктуру внутреннего рынка.

Оценка сформированности компетенций по показателю «Навыки»

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	Не зачтено	Зачтено
Владения приемами сбора информации о ценах мирового и национального рынков; приемами анализа информации о ценах мирового и национального рынков; навыками формирования и расчета цены конкретного товара на основе различных методов; методами обоснования цен внешнеторговых контрактов.	Не владеет приемами сбора информации о ценах мирового и национального рынков; приемами анализа информации о ценах мирового и национального рынков; навыками формирования и расчета цены конкретного товара на основе различных методов; методами обоснования цен внешнеторговых контрактов.	В полной мере владеет приемами сбора информации о ценах мирового и национального рынков; приемами анализа информации о ценах мирового и национального рынков; навыками формирования и расчета цены конкретного товара на основе различных методов; методами обоснования цен внешнеторговых контрактов.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ИУЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Материально-техническое обеспечение

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения лекционных и практических занятий, консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации и самостоятельной работы	Специализированная мебель; мультимедийный проектор; экран; ноутбук
2	Читальный зал библиотеки для самостоятельной работы	Специализированная мебель; компьютерная техника подключенная к сети «Интернет» и имеющая доступ в электронную информационную образовательную среду; автоматизированный экран; доска

6.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

№	Перечень лицензионного программного обеспечения.	Реквизиты подтверждающего документа
1	Microsoft Windows 10 Корпоративная	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023). Договор поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017
2	Microsoft Office Professional Plus 2016	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023
3	Kaspersky Endpoint Security «Стандартный Russian Edition»	Сублицензионный договор № 102 от 24.05.2018. Срок действия лицензии до 19.08.2020 Гражданско-правовой Договор (Контракт) № 27782 «Поставка продления права пользования (лицензии) Kaspersky Endpoint Security от 03.06.2020. Срок действия лицензии 19.08.2022г.
4	Google Chrome	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
5	Mozilla Firefox	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения

6.3. Перечень учебных изданий и учебно-методических материалов

1. А. П. Дурович. Практика проведения исследований. М.: ИНФРА-М, 2012.- С. 56.
2. В. Д. Сухов, С. В. Сухов. Маркетинговые исследования. М.: Академия, 2008.- С.78.
3. Е. Д. Щетинина, Н. В. Козлова, М. С. Старикова. Основы маркетинга.

Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2010.

4. Г.А. Черчилль. Маркетинговые исследования. СПб.: Питер, 2001. – С. 98.
5. Левшин М. Ф., Пономарёв В. В. Конъюнктура мировых товарных рынков. – М.: 2000. – С. 76.
6. Бурцева, Т.А. Управление маркетингом: Учебное пособие/ Т.А. Бурцева, В.С. Сизов, О.А. Цень. - «Экономистъ», 2005 – 271 с.
7. Ерёмин, В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации: учебник / В.Н. Ерёмин. — М.: КНОРУС, 2006. — 656 с. ISBN 5-85971-313-4.
8. Королькова, Е.М. Организация маркетинга на предприятиях: учеб. Пособие / Е.М. Королькова. – Изд. Тамб. гос. техн. ун-та, 2001. – 148 с. ISBN 5-8265-0077-8.
9. Короткова, А.В. Управление маркетингом: учеб. пособие для студентов / А.В. Короткова, И.М. Синяева. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 463 с., ISBN 5-238-00883-Х.
10. Моисеева, Н.К. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии: Учеб. пособие / Н.К. Моисеева, М.В. Конышева. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 304 с: ил. ISBN 5-279-02480-
11. Портер, М. Конкуренция: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. — М.: КНОРУС, 2005. — 672 с. ISBN 5-94761-040-Х.

6.4. Перечень интернет ресурсов, профессиональных баз данных, информационно-справочных систем

1. Википедия: <http://ru.wikipedia.org/>
2. Всемирный банк: <https://www.worldbank.org/en/home>
3. Международный валютный фонд: <https://www.imf.org/ru/Home>
4. Научно-техническая библиотека БГТУ им. В.Г. Шухова: <http://ntb.bstu.ru/>
5. Обзорная информация по мировой экономике: www.ereport.ru
6. Обзоры мировых товарных рынков: www.cmmarket.ru
7. ОЭСР: <https://www.oecd.org/>
8. Российская научная электронная библиотека: <https://elibrary.ru/>
9. Федеральная служба государственной статистики – официальный сайт: <http://www.gks.ru/>
10. Электронно-библиотечная система БГТУ им. В.Г. Шухова: <https://elib.bstu.ru/>
11. Электронно-библиотечная система IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>