

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

СОГЛАСОВАНО
Директор института заочного образования
С.Е. Спесивцева
2021 г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор института экономики и менеджмента
Ю.А. Дорошенко
« 25 » 05 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины (модуля)

Ценовая политика предприятия (организации)

Направление подготовки:
38.03.01 Экономика

Направленность программы (профиль):

Экономика предприятий и организаций

Квалификация
бакалавр

Форма обучения
заочная

Институт экономики и менеджмента

Кафедра экономики и организации производства

Белгород – 2021

Рабочая программа составлена на основании требований:

▪ Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. №954

▪ учебного плана, утвержденного ученым советом БГТУ им. В. Г. Шухова в 2021 году

Составитель: ст. преп.  (Н.А. Демура)

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры экономики и организации производства

« 13 » 05 2021 г., протокол № 8

Заведующий кафедрой экономики и организации производства

д-р экон. наук, проф.  (Ю.И. Селиверстов)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой экономики и организации производства

Заведующий кафедрой: д-р экон. наук, проф.  (Ю.И. Селиверстов)

Рабочая программа одобрена методической комиссией института

« 18 » 05 2021 г., протокол № 9

Председатель: канд. экон. наук, доц.  (Л.И. Журавлева)

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине
ПК-2. Способен формировать и прогнозировать цены на товары, работы и услуги	ПК-2.1. Исследует затраты на товары, работы и услуги и их себестоимость, используя различные методы ценообразования и информационные интеллектуальные технологии для анализа и расчета других показателей, входящих в состав цены	<p>Знания: понятий, структуры и состава цены, методов ценообразования, информационных интеллектуальных технологий для расчета и анализа показателей, входящих в состав цены</p> <p>Умения: применение категориального аппарата ценовой политики, методов ценообразования, информационных интеллектуальных технологий для расчета и анализа показателей, входящих в состав цены</p> <p>Навыки: исследование и анализ структуры и состава цены, расчет и анализ показателей, входящих в состав цены на основе различных методов ценообразования и информационных интеллектуальных технологий.</p>
	ПК-2.2. Собирает необходимые первичные данные, формирует цены на товары, работы, услуги, применяя соответствующие методы учета затрат и калькулирования себестоимости и расчета цен.	<p>Знания: способов сбора, анализа и обработки данных, методов учета затрат и калькулирования себестоимости, методов расчета цен, необходимых для формирования цены на товары, работы, услуги.</p> <p>Умения: применение собранных, обработанных и проанализированных первичных данных для формирования цены на товары, работы, услуги на основе соответствующих методов учета затрат и калькулирования себестоимости и расчета цен.</p> <p>Навыки: владение методиками сбора, обработки, обобщения, анализа первичных данных, необходимых для расчета цен и формирование на основе этих данных цены на товары, работы, услуги.</p>
	ПК-2.3. Прогнозирует диапазон цен на товары, работы и услуги, оценивает возможное влияние различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены, применяя соответствующие методы прогнозирования	<p>Знания: методов прогнозирования цен на товары, работы и услуги, факторов, влияющие на формирование структуры и уровня цены;</p> <p>Умения: применение методов прогнозирования и оценки возможного влияния различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены для разработки прогноза диапазона цен на товары, работы и услуги.</p> <p>Навыки: выбор методов прогнозирования и разработка прогнозов цены на товары, работы и услуги, оценивание возможного влияния различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены.</p>

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1 Компетенция ПК-2 Способен формировать и прогнозировать цены на товары, работы и услуги

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами

Стадия	Наименование дисциплины
1	Ценовая политика организации (предприятия)
2	Управление затратами организации (предприятия)
3	Производственная преддипломная практика

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единицы, 180 часов.

Дисциплина реализуется в рамках практической подготовки:

Форма промежуточной аттестации экзамен
(экзамен, дифференцированный зачет, зачет)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 7	Семестр № 8
Общая трудоемкость дисциплины, час	180	2	178
Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:	10	2	8
лекции	4	2	2
лабораторные			
практические	4		4
групповые консультации в период теоретического обучения и промежуточной аттестации	2		2
Самостоятельная работа студентов, в том числе:	170		170
Курсовой проект			
Курсовая работа			
Расчетно-графическое задание	18		18
Индивидуальное домашнее задание			
Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции, практические занятия, лабораторные занятия)	116		116
Экзамен	36	-	36

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Наименование тем, их содержание и объем

Курс 4__ Семестр 8__

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям
1. Теоретические аспекты формирования цены					
	Понятие и сущность цены. Теории цены. Функции цены. Принципы ценообразования. Теория спроса и предложения. Полезность цены. Эластичность цены. Равновесная цена. Основные этапы ценообразования. Ценовая информация. Особенности ценообразования на различных рынках.	0,5	0,5		12
2. Структура и классификация цен					
	Структура цены. Издержки и прибыль. Виды цен и основные принципы их классификации.	0,5	0,5		12
3. Факторы, влияющие на формирование структуры и уровня цены					
	Классификация факторов, влияющих на формирование структуры и уровня цены.	0,5	0,5		12
4. Методические аспекты ценообразования					
	Методы ценообразования: определение, классификация, содержание. Формирование цен на продукцию в различных отраслях экономики.	0,5	0,5		14
5. Государственное регулирование цен					
	Содержание, направления и методы государственного регулирования цен. Взаимодействие цен и финансово-кредитной системы. Роль цен в инфляционных процессах.	0,5	0,5		12
6. Ценовая политика в деятельности современного предприятия					
	Сущность ценовой политики. Методы реализации ценовой политики предприятия. Стратегия и тактика формирования цен предприятия. Виды ценовых стратегий. Основные элементы и этапы разработки ценовых стратегий. Ценовая дискриминация. Управление ценообразованием. Цена и налоги. Зависимость ценообразования от жизненного цикла товара. Цена и конкурентоспособность продукции.	1	1		40
7. Прогнозирование цен на товары, работы и услуги					
	Методы прогнозирования цен на товары, работы и услуги. Понятие ценовой психологии. Основные целевые установки товаропроизводителей. Теория игр в ценообразовании. Классификация инструментов ценовой политики. Качество продукции (работ, услуг) как инструмент ценовой политики. Реклама как инструмент ценовой политики. Скидки как инструмент ценовой политики.	0,5	0,5		14
ВСЕГО		4	4		116

4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	К-во.. часов	Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям
семестр № 8_				
1	Теоретические аспекты формирования цены	Изучение функций, теорий цены, принципов, этапов ценообразования	0,25	4
		Изучение особенностей ценообразования, основ сбора ценовой информации	0,25	4
2	Структура и классификация цен	Анализ структуры цены	0,25	4
		Исследование видов цен по различным классификационным признакам	0,25	4
3	Факторы, влияющие на формирование структуры и уровня цены	Анализ факторов, влияющих на формирование структуры и уровня цены	0,5	8
4	Методические аспекты ценообразования	Анализ методов ценообразования	0,25	4
		Анализ основ формирования цен в различных отраслях экономики	0,25	4
5	Государственное регулирование цен	Изучение направлений и методов государственного регулирования цен	0,25	4
		Изучение взаимодействия цен и финансово-кредитной системы, роли цен в инфляционных процессах	0,25	4
6	Ценовая политика в деятельности современного предприятия	Сущность и роль ценовой политики в деятельности современного предприятия Анализ методов реализации ценовой политики предприятия	0,25	8
		Исследование основных элементов и этапов разработки ценовых стратегий, ценовой дискриминации	0,25	4
		Исследование основ управления ценообразованием, зависимости ценообразования от жизненного цикла товара, учета налогов в цене	0,25	4
		Анализ взаимосвязи и зависимости цены и конкурентоспособности продукции, анализ конкурентоспособности	0,25	4
7	Прогнозирование цен на товары, работы и услуги	Изучение методов прогнозирования цен на товары, работы и услуги	0,25	4
		Исследование инструментов ценовой политики	0,25	4
ИТОГО:			4	68

4.3. Содержание лабораторных занятий

Не предусмотрены учебным планом

4.4. Содержание курсового проекта/работы

Не предусмотрены учебным планом

4.5. Содержание расчетно-графического задания, индивидуальных домашних заданий

Учебным планом предусмотрено расчетно-графическое задание с объемом самостоятельной работы студента (СРС) - 18ч.

Расчетно-графическое задание выполняется и оформляется в соответствии с Методическими указаниями к

выполнению расчетно-графического задания для студентов направления бакалавриата 38.03.01 – Экономика по дисциплине «Ценовая политика предприятия (организации)».

Цель расчетно-графического задания – закрепление теоретических знаний и выработка практических навыков по курсу «Ценовая политика предприятия (организации)».

В соответствии с учебным планом подготовки для студентов направления бакалавриата 38.03.01 – Экономика предусмотрено выполнение одного расчетно-графического задания.

Задачами расчетно-графического задания являются:

поиск информации, сбор и анализ данных, необходимых для проведения конкретных экономических расчетов;

подготовка исходных данных для проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;

проведение расчетов экономических и социально-экономических показателей на основе типовых методик с учетом действующей нормативно-правовой базы;

приобретение умений и навыков по исследованию цен, особенностей ценообразования, государственного регулирования по конкретным товарам на конкретных рынках;

приобретение умений и навыков по анализу методов реализации, инструментов, формированию и совершенствованию ценовой политики и ценовой стратегии предприятия (организации).

Таблица 1

Примерный перечень тем расчетно-графического задания

№ пп	Темы
1.	Исследование ценовой политики предприятия по производству строительных материалов и разработка предложений по ее совершенствованию.
2.	Исследование ценовой политики предприятия по производству хлебобулочных изделий и разработка предложений по ее совершенствованию.
3.	Исследование ценовой политики предприятия по производству кондитерских изделий и разработка предложений по ее совершенствованию.
4.	Исследование ценовой политики предприятия по производству комбикормов и разработка предложений по ее совершенствованию.
5.	Исследование ценовой политики предприятия по производству мясных полуфабрикатов и разработка предложений по ее совершенствованию.
6.	Исследование ценовой политики предприятия по производству швейных изделий и разработка предложений по ее совершенствованию.
7.	Исследование ценовой политики предприятия по производству машин, станков, оборудования и разработка предложений по ее совершенствованию.
8.	Исследование ценовой политики предприятия по производству запасных частей, комплектующих и разработка предложений по ее совершенствованию.
9.	Исследование ценовой политики дорожно-строительного предприятия и разработка предложений по ее совершенствованию.
10.	Исследование ценовой политики предприятия по производству медицинских изделий, продукции и разработка предложений по ее совершенствованию.

В качестве объекта исследования могут также выступать предприятия, на которых обучающиеся проходили учебную, производственную практику.

Конкретное предприятие студент выбирает по согласованию с руководителем.

Расчетно-графическое задание содержит следующие разделы:

1. Краткая характеристика предприятия (организации): наименование и местонахождение предприятия, краткая история его создания и развития; организационно-правовая форма; производственная структура предприятия; организационная структура управления предприятием; номенклатура выпускаемой продукции; уровень технического развития предприятия.

2. Анализ элементов внешней и внутренней среды предприятия (организации): характеристика отрасли и перспектив ее развития; анализ конъюнктуры товарного рынка (качественные и количественные параметры рынка, предполагаемые тенденции их изменения); характеристика фактических и потенциальных потребителей; перечень основных предприятий-конкурентов, сравнительная характеристика их сильных и слабых сторон.

Изучение, анализ и прогнозирование рынка производится с целью выявления целесообразности работы предприятия с данным конкретным рынком и товаром, с учетом реальных возможностей предприятия. Содержание данного раздела работы включает изучение и оценку собственных возможностей предприятия с точки зрения их соответствия рыночным условиям и потребностям покупателей.

Для этого необходимо выявить сильные и слабые стороны предприятия, его преимущества по сравнению с фирмами конкурентами, определить степень соответствия, внутренней среды предприятия с внешней. Это позволит оценить возможности предприятия по выходу на новый рынок или расширения доли рынка и т.п.

На первоначальном этапе следует провести описание общехозяйственной конъюнктуры, дать ее прогноз, выделить товарный рынок или сегмент рынка, который будет служить предметом анализа.

Данный этап включает:

- фазу воспроизводственного цикла (спад, депрессию, оживление, подъем);
- уровень инфляции;
- динамику темпов роста производства;
- платежеспособность потребителей;
- уровень налогообложения и т.д.

На втором этапе осуществляется непосредственное исследование выбранного рынка по основным направлениям.

Анализ рынка включает следующие позиции:

1. Экономико-географическое описание рынка.
2. Емкость рынка, которая определяется с учетом национального производства, экспорта и импорта товара. Здесь же следует выявить и отразить основные факторы, влияющие на емкость рынка.
3. Изучение потребителей товара (имеющихся и потенциальных): тип и характеристика потребителей (3-4 основных); типичные способы использования товара; факторы, формирующие покупательские предпочтения и влияющие на выбор покупки; побудительные мотивы и способы приобретения товара; сегментация рынка по каким-либо признакам и покупателей по потребностям; требования, предъявляемые к товару и поставщику.
4. Изучение конкурентов: круг реальных и возможных конкурентов; конкуренты, владеющие наибольшей долей рынка (3-4 фирмы); характеристика основных конкурентов, включающая следующие сведения: текущее рыночное и экономическое положение, объем продаж, доля рынка в процентах, коммерческие условия продажи, услуги, скидки, сервис, упаковка и ее характерные особенности, цена товара, реклама, организация торговли, торговые марки, оценки в прессе и др; фирмы, наиболее динамично развивающие свою деятельность на данном рынке (2-3 фирмы); особенности товаров конкурентов, делающие их предпочтительными для покупателей: сильные и слабые стороны конкурентов; ФОССТИС (основные мероприятия).
5. Изучение правовых аспектов торговли на данном рынке, производится с целью оценки торгово-политических условий работы и рассматривает: политические условия торговли на данном рынке; правовые нормы, регулирующие торговлю (ограничения или льготы, национальные стандарты, уровень таможенных сборов, торговые соглашения с нашей страной; основные способы торговли на данном рынке, торговые обычаи, способы доставки товара, вид транспорта, наличие портов и т.д.

Полученные в результате проведенного анализа рынка данные дают возможность оценить: степень привлекательности рынка (растущий - сокращающийся, старый - новый); стабильность рынка; остроту конкуренции; степень насыщения рынка; потенциал рынка.

6. Характеристика товара: объем производства, номенклатура, ассортимент продукции; новизна, этап жизненного цикла товара; качество и его соответствие мировым стандартам; технические показатели (дизайн, упаковка, маркировка, т.д.);

- основные экономические характеристики (цена, себестоимость, материалоемкость, энергоемкость, рентабельность, патентная защита);
- имидж предприятия в глазах покупателей;
- степень соответствия товара потребностям конкретных покупателей на данном сегменте рынка.

Конечным этапом является оценка возможности выхода предприятия на исследуемый рынок с каким-либо товаром.

3. Анализ конкурентоспособности продукции: сравнение параметров товара с параметрами образца

Анализ конкурентоспособности продукции включает следующие шаги:

а) выбор образца. Он должен принадлежать к той же группе товаров, что и анализируемое изделие, быть наиболее распространенным на интересующем рынке, завоевавшим наибольшее число покупательских предпочтений;

б) расчет индексов потребительских параметров товара (производительности, надежности, прочности, безопасности, морозостойкости, экологичности, эстетичности, долговечности и т.п.).

Выбранные показатели необходимо сравнить с аналогичными показателями образца и определить параметрический индекс показателя.

$$I_g = \frac{\gamma_{\Phi}}{\gamma_o}$$

в) расчет индексов стоимостных параметров товара (цены, расходов на доставку, обучение персонала, ремонт, энергопотребления и топливоемкости, налогов и т.п.)

г) определение экспертным путем значимости каждого из параметров;

д) расчет сводного индекса по потребительским и стоимостным параметрам

Сводный индекс конкурентоспособности по потребительским параметрам определяется по формуле:

$$I_n = \sum_{j=1}^n \alpha_j \cdot I_{nj}$$

Далее необходимо рассчитать сводный индекс конкурентоспособности по экономическим параметрам по формуле:

$$I_o = \sum_{j=1}^m \alpha_j \cdot I_{oj}$$

е) расчет интегрального показателя конкурентоспособности, который отражает различия между потребительскими эффектами сравниваемых товаров и должен быть больше единицы.

Окончательный расчет интегрального коэффициента конкурентоспособности товара производится по формуле

$$K = \frac{I_n}{I_0}$$

Завершается часть выводом о конкурентоспособности продукции и анализом причин отставания (превосходства) по сравнению с товаром конкурентом.

4. Обоснование ценовой политики предприятия на конкретном рынке

В данном разделе необходимо:

исследовать виды цен с учетом особенностей товара;

исследовать направления и методы государственного регулирования цен;

исследовать взаимодействие цен и финансово-кредитной системы, роль цен в инфляционных процессах;

исследовать зависимость ценообразования от жизненного цикла товара;

изучать основные целевые установки товаропроизводителей на конкретном рынке;

проанализировать методы реализации ценовой политики предприятия;

исследовать основные элементы и этапы разработки ценовых стратегий;

исследовать инструменты ценовой политики;

спрогнозировать диапазон цен на товары, работы и услуги, оценить возможное влияние различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены, применяя соответствующие методы прогнозирования;

разработать предложения по совершенствованию ценовой политики предприятия (организации).

Объем пояснительной записки 15 – 20 стр.

Графическая часть: презентация в Microsoft Office PowerPoint.

Объем графической части – 5-10 слайдов.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Реализация компетенций

Компетенция ПК-2 Способен формировать и прогнозировать цены на товары, работы и услуги

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ПК-2.1. Исследует затраты на товары, работы и услуги и их себестоимость, используя различные методы ценообразования и информационные интеллектуальные технологии для анализа и расчета других показателей, входящих в состав цены	экзамен, защита расчетно-графического задания, тестовый контроль, собеседование, разноуровневые задачи
ПК-2.2. Собирает необходимые первичные данные, формирует цены на товары, работы, услуги, применяя соответствующие методы учета затрат и калькулирования себестоимости и расчета цен.	экзамен, защита расчетно-графического задания, тестовый контроль, собеседование
ПК-2.3. Прогнозирует диапазон цен на товары, работы и услуги, оценивает возможное влияние различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены, применяя соответствующие методы прогнозирования	экзамен, защита расчетно-графического задания, тестовый контроль, собеседование

5.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации

5.2.1. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий) для экзамена

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
1	Теоретические аспекты формирования цены	1. Понятие и сущность цены. 2. Теории цены.

		<p>3. Функции цены. 4. Принципы ценообразования. 5. Теория спроса и предложения. 6. Полезность цены. 7. Эластичность цены. 8. Равновесная цена. 9. Основные этапы ценообразования. 10. Ценовая информация. 11. Особенности ценообразования на различных рынках.</p>
2	Структура и классификация цен	<p>12. Структура цены. 13. Издержки в цене продукции. 14. Виды прибыли и учет их в цене продукции. 15. Виды цен. 16. Основные принципы классификации цен.</p>
3	Факторы, влияющие на формирование структуры и уровня цены	<p>17. Классификация факторов, влияющих на формирование структуры и уровня цены.</p>
4	Методические аспекты ценообразования	<p>18. Сущность методов ценообразования. 19. Классификация методов ценообразования. 20. Формирование цен на продукцию в различных отраслях экономики.</p>
5	Государственное регулирование цен	<p>21. Содержание, направления и методы государственного регулирования цен. 22. Взаимодействие цен и финансово-кредитной системы. 23. Роль цен в инфляционных процессах. 24. Содержание, направления и методы государственного регулирования цен.</p>
6	Ценовая политика в деятельности современного предприятия	<p>25. Сущность ценовой политики. 26. Методы реализации ценовой политики предприятия. 27. Стратегия и тактика формирования цен предприятия. 28. Виды ценовых стратегий. 29. Основные элементы и этапы разработки ценовых стратегий. 30. Ценовая дискриминация. 31. Управление ценообразованием. 32. Цена и налоги. 33. Зависимость ценообразования от жизненного цикла товара. 34. Цена и конкурентоспособность продукции.</p>
7	Прогнозирование цен на товары, работы и услуги	<p>35. Методы прогнозирования цен на товары, работы и услуги. 36. Понятие ценовой психологии. 37. Основные целевые установки товаропроизводителей. 38. Теория игр в ценообразовании. 39. Классификация инструментов ценовой политики. 40. Качество продукции (работ, услуг) как инструмент ценовой политики. Реклама как инструмент ценовой политики. 41. Скидки как инструмент ценовой политики.</p>

**5.2.2. Перечень контрольных материалов
для защиты курсового проекта/ курсовой работы
Не предусмотрены учебным планом**

5.3. Типовые контрольные задания (материалы)

для текущего контроля в семестре

Текущий контроль в семестре осуществляется в форме собеседования, решения разноуровневых задач, тестового контроля.

Примерный перечень вопросов для собеседования

Перечень контрольных вопросов для проведения текущего контроля успеваемости

№ пп	Наименование раздела дисциплины	Вопросы
1	Теоретические аспекты формирования цены	<ol style="list-style-type: none">1. Дайте определение цены.2. Перечислите основные функции цены.3. Что такое цена спроса и предложения?4. Что такое равновесная цена?5. Какие задачи имеет ценообразование?6. В чем сущность полезности цены?7. Какие основные этапы имеет ценообразование?8. Какие основные модели рынков вы знаете?9. В чем заключаются особенности ценообразования на различных рынках?10. Какая информация требуется для принятия решений в области ценовой политики на различных рынках?
2	Структура и классификация цен	<ol style="list-style-type: none">11. Что показывает структура цены?12. В чем сущность структуры цены?13. Какие основные элементы выделяют в структуре цены?14. По каким признакам классифицируются цены?15. Что такое издержки, затраты, себестоимость?16. Что такое прибыль?17. Чем отличается бухгалтерская от экономической прибыли?18. Какие виды цен вы знаете?
3	Факторы, влияющие на формирование структуры и уровня цены	<ol style="list-style-type: none">19. От каких факторов зависит цена?20. Какую роль в ценообразовании играет фактор издержек?21. Назовите факторы, вызывающие рост цен.22. Назовите основные группы факторов внешней среды, которые влияют на процесс ценообразования.23. Что относится к внутренним факторам?24. Назовите факторы, которые способствуют к снижению цен.25. Чем характеризуются внешние факторы?
4	Методические аспекты ценообразования	<ol style="list-style-type: none">26. Что такое методология ценообразования?27. На что ориентируются методы определения цен?28. Какие экономических методы (способа) формирования цен существуют?29. Какие затратные методы выделяют?30. Какие параметрические методы выделяют?31. Какие особенности формирования цен на продукцию различных отраслей Вы знаете?32. Как формируются цены промышленности?33. Как формируются цены сельского хозяйства?34. Как формируются цены торговли?35. Как формируются тарифы?
5	Государственное регулирование цен	<ol style="list-style-type: none">36. Охарактеризуйте основные направления государственного регулирования цен.37. В чем заключается сущность государственного регулирования цен?

		<p>38. В чем заключается суть методов прямого регулирования цен?</p> <p>39. В чем заключается суть методов косвенного регулирования цен?</p> <p>40. В чем заключается взаимодействие цен и финансово-кредитной системы?</p> <p>41. Какова роль цен в инфляционных процессах?</p>
6	Ценовая политика в деятельности современного предприятия	<p>42. В чем заключается сущность ценовой политики в деятельности современного предприятия?</p> <p>43. Какова роль ценовой политики в деятельности современного предприятия?</p> <p>44. Какие формы реализации ценовой политики предприятия вы знаете?</p> <p>45. Какие методы реализации ценовой политики предприятия вы знаете?</p> <p>46. В каких случаях необходимо использовать при разработке ценовую политику?</p> <p>47. Когда необходимо отреагировать с помощью цены на рыночную политику конкурентов?</p> <p>48. Какими мерами ценовой политики должно сопровождаться введение на рынок нового продукта?</p> <p>49. В чем состоит суть ценовой стратегии предприятия?</p> <p>50. Какие основные элементы разработки ценовых стратегий вы знаете?</p> <p>51. Какие основные этапы разработки ценовых стратегий вы знаете?</p> <p>52. Что такое ценовая дискриминация?</p> <p>53. Приведите примеры видов жизненных циклов товаров.</p> <p>54. Какие особенности ценообразования на различных этапах жизненного цикла товара?</p> <p>55. Какие стратегии ценообразования существуют?</p> <p>56. Какое влияние оказывает цена на конкурентоспособность продукции?</p>
7	Прогнозирование цен на товары, работы и услуги	<p>57. Какие методы прогнозирования цен на товары, работы и услуги вы знаете и в чем заключаются их особенности?</p> <p>58. Что следует понимать под ценовой психологией?</p> <p>59. Какие факторы чувствительности восприятия цены вы знаете?</p> <p>60. Что относится к числу специфических проявлений ценовой психологии производителей и продавцов товаров и услуг?</p> <p>61. Охарактеризуйте виды скидок с цены товара.</p> <p>62. Какие причины предоставления скидок с цены товара?</p> <p>63. Что следует понимать под ценовой психологией?</p> <p>64. Какие причины предоставления скидок?</p> <p>65. Какова роль рекламы в ценовой политике организации?</p>

Для формирования заявленных умений и навыков обучающиеся должны овладеть методикой решения стандартных задач профессиональной деятельности. По пройденным разделам дисциплины студенты на практических занятиях осуществляют решение и анализ разноуровневых типовых задач.

Примеры разноуровневых типовых задач

Задача 1. Определить оптовую (отпускную) цену предприятия – цену изготовителя продукции при следующих исходных данных:

1. Прямые (технологические) затраты на изделие (продукции) – 750 усл. ден. ед
2. Косвенные (накладные) расходы – 250 усл. ден. ед.

3. Прибыль предприятия – 200 усл. ден. ед
4. Скидки с оптовой цены предприятия – 60 усл. ден. ед
5. Налог на добавленную стоимость 18%.

Задача 2. Определить оптовую (отпускную) цену товара при следующих исходных данных:

1. Материальные затраты – 700 усл. ден. ед
2. Затраты на оплату труда – 200 усл. ден. ед.
3. Отчисления на социальные нужды – 60 усл. ден. ед.
4. Амортизация основных средств – 80 усл. ден. ед.
5. Прочие затраты – 160 усл. ден. ед.
6. Уровень рентабельности - 20%
7. Налог на добавленную стоимость (НДС) - 18%.

Задача 3. Определите:

- a) оптовую цену предприятия;
- b) розничную цену;
- c) структуру розничной цены.

Исходные данные:

- полная себестоимость изделия - 40 руб.
- уровень рентабельности затрат - 20%
- налог на добавленную стоимость - 6 руб.
- наценка посреднических организаций - 5 руб.
- торговая надбавка - 15% к отпускной цене посредников.

Задача 4. Определите отпускную цену единицы продукции (флакона духов), не облагаемой акцизом, при условиях:

- при изготовлении продукции используется спирт, имеющий фактическую себестоимость (спирт производится на данном предприятии) 5 усл. ден. ед. за дал (1 декалитр = 10 л)
- ставка акциза на спирт составляет 90% от отпускной цены без НДС
- для изготовления одного флакона духов требуется 15 мл спирта
- затраты на изготовление одного флакона духов (без затрат на производство спирта с учётом акциза), составляют 2, 85 усл. ден. ед
- уровень рентабельности к себестоимости принят в размере 25%

Задача 5. Рассчитайте структуру розничной цены продукции исходя из следующих данных:

- себестоимость - 5 усл. ден. ед.
- рентабельность - 25% к себестоимости
- акциз - 70% от оптовой цены предприятия
- наценка посреднической организации - 1 усл. ден. ед.
- НДС - 18% от оптовой цены фирмы
- торговая наценка - 1,5 усл. ден. ед.

Задача 6. Определить выгодность (невыгодность) для производителя (продавца), являющегося лидером на определённом рынке, снижение установленной цены одного изделия на 2 рубля при следующих фактических данных:

- 1) установленная (текущая) цена 1-го изделия составляет 20 руб.
- 2) планируемый объём реализации - 50 000 изделий
- 3) показатель эластичности спроса по цене - 1,7.

Задача 7. Рассчитать для предприятия критическую точку объёма производства изделий (точку безубыточности), а также определить объём производства и продаж изделий для получения планируемой прибыли в размере 15 000 ден. ед, при следующих данных:

- 1) цена продажи одного изделия - 60 ден. ед.
- 2) удельные переменные затраты (расходы) на единицу изделия - 40 ден. ед.

3) постоянные затраты - 3000 ден. ед.

Задача 8. Рассчитать индекс Хефиндаля-Хиршмана (И_{хх}) для 12 фирм, продающих товар на рынке, а также определить, какое следует принять решение государственным органам (разрешить или не разрешить) о слиянии:

- а) 1-й и 3-й фирм;
- б) 4-й и 6-й фирм.

при следующих исходных данных:

Общий удельный вес продаваемой (выпущенной) продукции фирмами отрасли - 100%; удельный вес продаваемой продукции каждой отдельной фирмой на рынке относительно её величины: 1- 23%; 2 - 17%; 3- 12%; 4 - 10%; 5 - 9%; 6 - 8%; 7 - 7%; 8 - 5%; 9 - 3%; 10 - 2%; 11 - 2%; 12 - 2%.

Слияние (объединение) отдельных фирм разрешается при условии, если общее значение индекса Хефиндаля-Хиршмана не превышает 1800 ед. (т.е. общей суммы квадратов удельных весов всей продаваемой продукции).

Задача 9. Рассчитать индекс концентрации и индекс Линда для 3-х наиболее крупных компаний, когда на рынке действуют 11 компаний и имеют в общем объёме рынка (общем объёме продаж) следующие доли: 1 - 18%, 2 - 14%, 3 - 10%, 4 - 9%, остальные 7 - по 7% каждая, а также определить, возможно ли со стороны государственных органов разрешение на слияние 1-й, 2-й и 3-й компании, если их доли в общем объёме продаж составят соответственно 35, 22 и 25%. При этом следует иметь в виду, что объединение разрешается, если индекс Линда не превышает 200%.

Тема **РГЗ** выбирается по вариантам и с учетом пожелания студента.

Теоретическую часть работы необходимо изложить в соответствии с современными тенденциями развития теории и практики по данному направлению.

Объект исследования для расчетной части РГЗ (предприятие, организация) может быть выбран самостоятельно обучающимся или по рекомендации преподавателя.

РГЗ допускается к защите, если оно соответствует требованиям по структуре, содержанию и оформлению.

Примерный перечень вопросов по защите РГЗ

1. Какие источники информации были собраны и проанализированы?
2. Что включает анализ рынка?
3. Что представляет собой конкурентоспособность продукции?
4. Какие виды конкурентоспособности вы знаете?
5. Перечислите пути повышения конкурентоспособности.
6. Как рассчитывается конкурентоспособность продукции?
7. Какие основные направления ценовой политики применяются на предприятии?
8. Какие инструменты ценовой политики использует предприятие?
9. Какие ценовые стратегии использует предприятие?
10. Какие вы внесли предложения по совершенствованию ценовой политики предприятия (организации)?
11. Какие методы прогнозирования были использованы?
12. Каков прогноз диапазона цен на товары, работы и услуги?
13. Оцените возможное влияние различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены.

Для оценки качества формирования знаний, умений и навыков контроля студенты выполняют **контрольное тестирование**. В ходе изучения дисциплины предусмотрено два контрольных тестирования. Контрольные тестирования проводятся после освоения студентами учебных разделов дисциплины. Контрольные тестирования выполняются студентами в аудитории, под наблюдением преподавателя. Продолжительность одного тестирования – 25 минут.

Типовой вариант тестового задания № 1

1. Цена – это:

- А) Денежное выражение стоимости товара
- Б) Денежное выражение себестоимости товара

2. Цена, как экономическая категория выражает экономические отношения между:

- А) Продавцом и покупателем
- Б) Собственником фирмы и специалистом по ценообразованию
- В) Производителем и потребителем
- Г) Руководителем организации и служащим

3. Установите, что входит в понятие «факторы производства»:

- А) Издержки производства и рентабельность продукции
- Б) Основные и оборотные фонды
- В) Труд, земля, капитал
- Г) Недвижимость, денежные активы
- Д) Акции, облигации

4. Функции цены – это:

- А) Инструмент для учета динамики инфляции
- Б) Наиболее общие свойства, которые характерны для любого вида цен и для каждой конкретной цены
- В) Основные принципы ценообразования
- Г) Конкретные задачи, которые решаются с помощью различных видов цен

5. В какие группы подразделяются методы ценообразования:

- А) Затратные, рыночные, эконометрические
- Б) Затратные, маркетинговые, эконометрические
- В) Оптовые, рыночные, эконометрические

6. Цель ценовой политики состоит только в:

- А) Установлении минимальной цены для стимулирования спроса
- Б) Получении максимальной прибыли
- В) Обеспечении рентабельности предприятия
- Г) Все ответы неверны

7. Закон спроса предполагает, что:

- А) Превышение предложения над спросом вызовет снижение цены
- Б) Если доходы у потребителей растут, они обычно покупают больше товаров
- В) Кривая спроса обычно имеет положительный наклон
- Г) Когда цена товара падает, объем планируемых покупок растет

8. Сущность функции сбалансированности спроса и предложения представляет собой установление сбалансированности между:

- А) Спросом и потребностями
- Б) Спросом на товары и реальным предложением услуг
- В) Платежеспособным спросом и реальным предложением

9. Равновесная цена – это цена, при которой равны:

- А) Затраты на производство и цены реализации
- Б) Прибыль и затраты на производство
- В) Объем спроса на товар и объем его предложения

10. Система функций цен включает в себя такие функции, как:

- Нормирующую
- А) Стимулирующую
- Б) Контролирующую
- В) Инфляционную

11. Цена спроса — это:

- А) Минимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за данный товар
- Б) Максимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за данный товар
- В) Максимальная цена, по которой производители реализуют товар на рынке
- Г) Цена, по которой совершается сделка

12. Точка безубыточности означает, что прибыль предприятия в ней:

- А) Положительная
- Б) Нулевая
- В) Отрицательная

13. Задачи ценообразования – это:

- А) Конкретные проблемы и ситуации, постоянно возникающие на всех стадиях и уровнях воспроизводственного процесса, которые могут разрешаться с помощью цен
- Б) Функции, выполняемые ценами
- В) Конкретные формулы расчета цены

14. Улучшение качества продукции не может быть целью ценовой политики

- А) Верно
- Б) Неверно

15. Решение каких-либо экономических или социальных задач отражает:

- А) Принцип непрерывности ценообразования
- Б) Принцип комплексного подхода к ценообразованию
- В) Принцип целевой направленности цен
- Г) Все ответы верны

16. В чем главное различие понятий «оптовые» и «розничные» цены:

- А) В наличии (отсутствии) розничной торговой организации
- Б) В размере партии продажи товара
- В) В категории покупателя, ради которого организована продажа (население или организация)

17. Сущность цены с позиций конкретной фирмы рассматривается как:

- А) Денежное выражение стоимости товара
- Б) Инструмент для перераспределения полученной прибыли между различными группами населения
- В) Форма выражения ценности товара
- Г) Количество денег, за которые конкретный производитель согласен изготовить, а конкретный потребитель готов купить товар

18. Что произойдет со спросом на товар, если цена на него поднимется?

- А) Спрос останется прежним
- Б) Спрос превысит предложение
- В) Спрос соответственно повысится
- Г) Спрос уменьшится

19. Какой термин отражает способность и желание людей платить за что-либо:

- А) Потребность
- Б) Спрос
- В) Необходимость
- Г) Желание

20. Рыночный спрос не испытывает влияния:

- А) Доход потребителей
- Б) Цен на взаимосвязанные товары
- В) Цен на ресурсы
- Г) Численности покупателей

21. Сопоставьте следующие варианты схем:

1) Рыночное ценообразование	Процесс формирования цен происходит в сфере реализации продукции
2) Централизованное ценообразование	Установление цен является прерогативой производства

22. Цена продукции товара или услуг может быть зафиксирована в договоре:

- А) В момент его заключения
- Б) На протяжении срока действия договора
- В) К моменту его исполнения
- Г) Все варианты верны

23. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый вызовет:

- А) Падение спроса на второй товар
- Б) Рост спроса на второй товар

- В) Увеличение объема спроса на второй товар
- Г) Падение объема спроса на второй товар.

24. В результате ценовой политики должны быть обоснованы уровень и система действующих цен:

- А) Верно
- Б) Неверно

25. Методология ценообразования – это:

- А) Наиболее общие условия, необходимые для обеспечения нормального процесса формирования, установления и применения цен
- Б) Перечень различных переменных аргументов (условий), которые оказывают влияние на формирование уровня, структуры и динамики цены
- В) Совокупность принципов, правил и методик формирования цен, используемых участниками процесса ценообразования для решения конкретных задач

Типовой вариант тестового задания №2

1. Ценовая политика – это...

- А) Принципы и методики определения цели
- Б) Принципы и методики определения цен на товары и услуги
- В) Методика определения прибыли

2. Ценовая политика предприятия строится на основании следующих принципов

- А) Принцип научности
- Б) Принцип самостоятельности
- В) Принцип непрерывности
- Г) Все ответы верны

3. Цель ценовой политики

- А) Установлении минимальной цены для стимулирования спроса
- Б) Получении максимальной прибыли
- В) Обеспечении рентабельности предприятия
- Г) Все ответы неверны

4. «Стратегия высоких цен» будет неэффективна в случае, если:

- А) Существует достаточно большой спрос на товар
- Б) Предприятие способно надежно оградить себя от конкуренции патентом или постоянным совершенствованием качества;
- В) Спрос на товар эластичен;
- Г) Высокая цена поддерживает образ высокого качества товара.

5. Стратегия предприятия ориентирована на краткосрочные цели при:

- А) «Стратегия низких цен»
- Б) «Стратегия высоких цен»
- В) «Стратегия средних цен»

6. Стратегии дифференцированного ценообразования основаны на:

- А) Учете конкурентоспособности фирмы посредством цен;
- Б) Наборе аналогичных, сопряженных или взаимозаменяемых товаров;
- В) Неоднородности покупателей и возможности продажи одного и того же товара по разным ценам;
- Г) Имеющимся объеме продукции.

7. Провести сопоставление

1) Ценовая стратегия проникновения на рынок	А) Относится к конкурентному ценообразованию для соприкасающихся частей рынка.
2) Ценовая стратегия «случайной» скидки («случайного» снижения цен)	Б) Строится на использовании фирмой доверия покупателя к ценовому механизму, созданному конкурирующими фирмами.
3) Ценовая стратегия «набор»	В) Основана на использовании экономии за счет роста масштабов производства
4) Ценовая географическая стратегия	Г) Применяется в условиях неравномерности спроса на невзаимозаменяемые товары.
5) Ценовая стратегия сигнализации	Д) Фирма пытается одновременно максимизировать количество покупателей, информированных о низкой цене и не информированных, покупающих скорее по

	высокой, чем по низкой цене.
6) Ценовая стратегия «имидж»	Е) Создает эффект сравнимой цены, набор предлагается по цене, которая намного ниже цен его элементов.
7) Ценовая стратегия «выше номинала»	Ж) Используется, когда покупатели ориентируются на качество исходя из цен на взаимозаменяемые товары.
8) Ценовая стратегия «комплект»	З) Основана на различной оценке покупателями одного или нескольких товаров фирмы.
9) Стратегия смешанных наборов	И) Применяется фирмой, когда она сталкивается с неравномерностью спроса на заменяемые товары и может получить дополнительную прибыль за счет роста масштабов производства.

8. Стратегия «снятие сливок» используется для товара

- А) Отличающегося новизной
- Б) Имеющего аналог
- В) Значимые
- Г) Не имеющие аналогов

9. Ценовая политика предприятия может основываться на..

- А) Издержках, конкуренции, спросе
- Б) Прибыли, рыночной экономики
- В) Убытках предприятия, спросе

10. Для разработки ценовой политики нужен...

- А) Анализ цен
- Б) Установление целей и направлений ценообразования
- В) Окончательный выбор ценовой политики
- Г) Все ответы верны

11. Основными этапами разработки ценовой стратегии являются

- А) Сегментный анализ рынка и анализ конкурентов
- Б) Определение стратегических целей
- В) Нет правильного ответа

12. При формировании цены следует учитывать жизненный цикл товара

- А) Верно
- Б) Не верно

13. Стратегия низких цен не применяется при:

- А) Высоком качестве
- Б) Банкротстве
- В) Высоких издержках

14. Цена выполняет следующие функции

- А) Функцию борьбы с монополиями
- Б) Учетную и распределительную функцию
- В) Посредническую функцию

15. Эффект уникальности является фактором чувствительности восприятия цены

- А) Верно
- Б) Не верно

16. Расчет цены на товар предполагает выполнение ряда последовательных этапов, в количестве:

- А) 6
- Б) 7
- В) 8
- Г) 9

17. Фирма-монополист продает каждую единицу своего товара каждому потребителю по его резервированной цене, по той максимальной цене, которую покупатель согласен заплатить за выбранную единицу товара:

- А) Ценовая дискриминация первой степени
- Б) Ценовая дискриминация второй степени
- В) Ценовая дискриминация третьей степени

18. Ценовая политика, которая заключается в установлении разных цен в зависимости от количества

приобретаемой продукции. При покупке все большего числа товаров потребителю устанавливают все более низкую цену за каждую единицу товара:

- А) Ценовая дискриминация первой степени
- Б) Ценовая дискриминация второй степени
- В) Ценовая дискриминация третьей степени

19. Фирма-монополист реализует свои товары различным группам потребителей с разной эластичностью спроса по цене. В данном случае осуществляется не разделение цен спроса на отдельные виды или объемы товаров, а так называемая сегментация рынка:

- А) Ценовая дискриминация первой степени
- Б) Ценовая дискриминация второй степени
- В) Ценовая дискриминация третьей степени

20. Дискриминирующая фирма-монополист должна уметь надежно и качественно разделять свой рынок, ориентируясь при этом на..... у разных покупателей. Вставьте недостающее слово.

21. Элементы ценообразования включают в себя:

- А) Определение факторов чувствительности потребителей к уровню цен;
- Б) Определение размеров и условий предоставления скидок на изделия и услуги;
- В) Выбор ценовой стратегии;
- Г) Анализ спроса на товары и услуги;
- Д) Анализ только фактических издержек;
- Е) Определение предпочтений покупателя.

22. В цене товара учитывают:

- А) Тенденции функционирования общества
- Б) Качество продукции
- В) Условная ценность бренда для потребителя
- Г) Все ответы верны

23. Налоги, заложенные в цену, выполняют социально-экономическую роль, а именно:

- А) Являются источником формирования доходов государственного бюджета
- Б) Влияют на развитие производства, способствуя его росту или сокращению
- В) Могут быть фактором регулирования уровня цен
- Г) Верно все перечисленное

24. На стадии роста жизненного цикла товара ...

- А) Конкуренция отсутствует
- Б) Возможно использовать различные стратегии
- В) Затраты могут расти
- Г) Потребители не чувствительны к изменению цен

25. Стратегия монополистического ценообразования ...

- А) Разрешается
- Б) Запрещена законом
- В) Запрещена этикой рынка
- Г) Законом не запрещена

Критерии оценивания контрольного тестирования.

Студентом даны правильные ответы на:

- 91-100% заданий - отлично,
- 75-90% заданий - хорошо,
- 51-75% заданий - удовлетворительно,
- 50% заданий и менее – неудовлетворительно

5.4. Описание критериев оценивания компетенций и шкалы оценивания

При промежуточной аттестации в форме экзамена используется следующая шкала оценивания: 2 – неудовлетворительно, 3 – удовлетворительно, 4 – хорошо, 5 – отлично.

Критериями оценивания достижений показателей являются:

Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине	Критерий оценивания
<p>ПК-2. Способен формировать и прогнозировать цены на товары, работы и услуги</p> <p>ПК-2.1. Исследует затраты на товары, работы и услуги и их себестоимость, используя различные методы ценообразования и информационные интеллектуальные технологии для анализа и расчета других показателей, входящих в состав цены</p> <p>ПК-2.2. Собирает необходимые первичные данные, формирует цены на товары, работы, услуги, применяя соответствующие методы учета затрат и калькулирования себестоимости и расчета цен.</p> <p>ПК-2.3. Прогнозирует диапазон цен на товары, работы и услуги, оценивает возможное влияние различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены, применяя соответствующие методы прогнозирования</p>	
Знания	Знание понятий, структуры и состава цены, методов ценообразования, информационных интеллектуальных технологий для расчета и анализа показателей, входящих в состав цены.
	Знание способов сбора, анализа и обработки данных, методов учета затрат и калькулирования себестоимости, методов расчета цен, необходимых для формирования цены на товары, работы, услуги.
	Знание методов прогнозирования цен на товары, работы и услуги, факторов, влияющие на формирование структуры и уровня цены;
	Объем освоенного материала.
	Полнота ответов на вопросы.
Умения	Применение категориального аппарата ценовой политики, методов ценообразования, информационных интеллектуальных технологий для расчета и анализа показателей, входящих в состав цены
	Применение собранных, обработанных и проанализированных первичных данных для формирования цены на товары, работы, услуги на основе соответствующих методов учета затрат и калькулирования себестоимости и расчета цен
	Применение методов прогнозирования и оценки возможного влияния различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены для разработки прогноза диапазона цен на товары, работы и услуги
	Самостоятельность выполнения задания
Навыки	Владение навыками исследования и анализа структуры и состава цены, расчета и анализа показателей, входящих в состав цены на основе различных методов ценообразования и информационных интеллектуальных технологий.
	Владение навыками сбора, обработки, обобщения, анализа первичных данных, необходимых для расчета цен и формирование на основе этих данных цены на товары, работы, услуги.
	Владение навыками выбора методов прогнозирования и разработки прогнозов цены на товары, работы и услуги, оценивания возможного влияния различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены.
	Обоснование полученных результатов

Оценка преподавателем выставляется интегрально с учетом всех показателей и критериев оценивания.

Оценка сформированности компетенций по показателю Знания.

Оценка сформированности компетенций по показателю Знания.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
<p>ПК-2. Способен формировать и прогнозировать цены на товары, работы и услуги</p> <p>ПК-2.1. Исследует затраты на товары, работы и услуги и их себестоимость, используя различные методы ценообразования и информационные интеллектуальные технологии для анализа и расчета других показателей, входящих в состав цены</p> <p>ПК-2.2. Собирает необходимые первичные данные, формирует цены на товары, работы, услуги, применяя соответствующие методы учета затрат и калькулирования себестоимости и расчета цен.</p> <p>ПК-2.3. Прогнозирует диапазон цен на товары, работы и услуги, оценивает возможное влияние различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены, применяя соответствующие методы прогнозирования</p>				
Знание понятий, структуры и состава цены, методов ценообразования, информационных интеллектуальных технологий для расчета и анализа показателей, входящих в состав цены.	Не знает понятия, структуру и состав цены, методы ценообразования, информационные интеллектуальные технологии для анализа и расчета показателей, входящих в состав цены.	Знает понятия, структуру и состав цены, методы ценообразования, информационные интеллектуальные технологии для анализа и расчета показателей, входящих в состав цены., но допускает неточности формулировок	Знает понятия, структуру и состав цены, методы ценообразования, информационные интеллектуальные технологии для анализа и расчета показателей, входящих в состав цены.	Знает понятия, структуру и состав цены, методы ценообразования, информационные интеллектуальные технологии для анализа и расчета показателей, входящих в состав цены., может корректно сформулировать их самостоятельно
Знание способов сбора, анализа и обработки данных, методов учета затрат и калькулирования себестоимости, методов расчета цен, необходимых для формирования цены на товары, работы, услуги.	Не знает способы сбора, анализа и обработки данных, методы учета затрат и калькулирования себестоимости, методы расчета цен, необходимые для формирования цены на товары, работы, услуги.	Знает способы сбора, анализа и обработки данных, методы учета затрат и калькулирования себестоимости, методы расчета цен, необходимые для формирования цены на товары, работы, услуги., но допускает неточности формулировок	Знает способы сбора, анализа и обработки данных, методы учета затрат и калькулирования себестоимости, методы расчета цен, необходимые для формирования цены на товары, работы, услуги.	Знает способы сбора, анализа и обработки данных, методы учета затрат и калькулирования себестоимости, методы расчета цен, необходимые для формирования цены на товары, работы, услуги., может корректно сформулировать их самостоятельно
Знание методов прогнозирования цен на товары, работы и услуги, факторов, влияющих на формирование структуры и уровня цены;	Не знает методы прогнозирования цен на товары, работы и услуги, факторы, влияющих на формирование структуры и уровня цены;	Знает методы прогнозирования цен на товары, работы и услуги, факторы, влияющих на формирование структуры и уровня цены; но допускает неточности формулировок	Знает методы прогнозирования цен на товары, работы и услуги, факторы, влияющих на формирование структуры и уровня цены;	Знает методы прогнозирования цен на товары, работы и услуги, факторы, влияющих на формирование структуры и уровня цены;
Объем освоенного материала.	Не знает значительной части материала дисциплины	Знает только основной материал дисциплины, не усвоил его деталей	Знает материал дисциплины в достаточном объеме	Обладает твердым и полным знанием материала дисциплины, владеет дополнительными знаниями
Полнота ответов на вопросы.	Не дает ответы на большинство вопросов	Дает неполные ответы на все вопросы	Дает ответы на вопросы, но не все - полные	Дает полные, развернутые ответы на поставленные вопросы, делает самостоятельные выводы

Оценка сформированности компетенций по показателю Умения.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
<p>ПК-2. Способен формировать и прогнозировать цены на товары, работы и услуги</p> <p>ПК-2.1. Исследует затраты на товары, работы и услуги и их себестоимость, используя различные методы ценообразования и информационные интеллектуальные технологии для анализа и расчета других показателей, входящих в состав цены</p> <p>ПК-2.2. Собирает необходимые первичные данные, формирует цены на товары, работы, услуги, применяя соответствующие методы учета затрат и калькулирования себестоимости и расчета цен.</p> <p>ПК-2.3. Прогнозирует диапазон цен на товары, работы и услуги, оценивает возможное влияние различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены, применяя соответствующие методы прогнозирования</p>				
<p>Применение категориального аппарата ценовой политики, методов ценообразования, информационных интеллектуальных технологий для расчета и анализа показателей, входящих в состав цены</p>	<p>Не умеет применять категориальный аппарат ценовой политики, методы ценообразования, информационные интеллектуальные технологии для расчета и анализа показателей, входящих в состав цены</p>	<p>Умеет применять категориальный аппарат ценовой политики, методы ценообразования, информационные интеллектуальные технологии для расчета и анализа показателей, входящих в состав цены, но допускает неточности</p>	<p>Умеет применять категориальный аппарат ценовой политики, методы ценообразования, информационные интеллектуальные технологии для расчета и анализа показателей, входящих в состав цены</p>	<p>Умеет правильно применять категориальный аппарат ценовой политики, методы ценообразования, информационные интеллектуальные технологии для расчета и анализа показателей, входящих в состав цены, самостоятельно делать выводы</p>
<p>Применение собранных, обработанных и проанализированных первичных данных для формирования цены на товары, работы, услуги на основе соответствующие методов учета затрат и калькулирования себестоимости и расчета цен</p>	<p>Не умеет применять собранные, обработанные и проанализированные первичные данные для формирования цены на товары, работы, услуги на основе соответствующих методов учета затрат и калькулирования себестоимости и расчета цен</p>	<p>Умеет применять собранные, обработанные и проанализированные первичные данные для формирования цены на товары, работы, услуги на основе соответствующих методов учета затрат и калькулирования себестоимости и расчета цен, но допускает неточности</p>	<p>Умеет применять собранные, обработанные и проанализированные первичные данные для формирования цены на товары, работы, услуги на основе соответствующих методов учета затрат и калькулирования себестоимости и расчета цен</p>	<p>Умеет правильно применять собранные, обработанные и проанализированные первичные данные для формирования цены на товары, работы, услуги на основе соответствующих методов учета затрат и калькулирования себестоимости и расчета цен, может самостоятельно делать выводы</p>
<p>Применение методов прогнозирования и оценки возможного влияния различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены для разработки прогноза диапазона цен на товары, работы и услуги</p>	<p>Не умеет применять методы прогнозирования и оценки возможного влияния различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены для разработки прогноза диапазона цен на товары, работы и услуги</p>	<p>Умеет применять методы прогнозирования и оценки возможного влияния различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены для разработки прогноза диапазона цен на товары, работы и услуги, но допускает неточности</p>	<p>Умеет применять методы прогнозирования и оценки возможного влияния различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены для разработки прогноза диапазона цен на товары, работы и услуги</p>	<p>Умеет грамотно применять методы прогнозирования и оценки возможного влияния различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены для разработки прогноза диапазона цен на товары, работы и услуги, может самостоятельно делать выводы</p>
<p>Самостоятельность выполнения задания</p>	<p>Не умеет самостоятельно выполнить задание</p>	<p>Умеет самостоятельно выполнить задание, но допускает неточности</p>	<p>Умеет самостоятельно выполнить задание</p>	<p>Умеет правильно самостоятельно выполнить задание</p>

Оценка сформированности компетенций по показателю *Навыки*.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
<p>ПК-2. Способен формировать и прогнозировать цены на товары, работы и услуги</p> <p>ПК-2.1. Исследует затраты на товары, работы и услуги и их себестоимость, используя различные методы ценообразования и информационные интеллектуальные технологии для анализа и расчета других показателей, входящих в состав цены</p> <p>ПК-2.2. Собирает необходимые первичные данные, формирует цены на товары, работы, услуги, применяя соответствующие методы учета затрат и калькулирования себестоимости и расчета цен.</p> <p>ПК-2.3. Прогнозирует диапазон цен на товары, работы и услуги, оценивает возможное влияние различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены, применяя соответствующие методы прогнозирования</p>				
Владение навыками исследования и анализа структуры и состава цены, расчета и анализа показателей, входящих в состав цены на основе различных методов ценообразования и информационных интеллектуальных технологий.	Не владеет навыками исследования и анализа структуры и состава цены, расчета и анализа показателей, входящих в состав цены на основе различных методов ценообразования и информационных интеллектуальных технологий.	Не в полной мере владеет навыками исследования и анализа структуры и состава цены, расчета и анализа показателей, входящих в состав цены на основе различных методов ценообразования и информационных интеллектуальных технологий.	Владеет навыками исследования и анализа структуры и состава цены, расчета и анализа показателей, входящих в состав цены на основе различных методов ценообразования и информационных интеллектуальных технологий.	Грамотно, уверенно и свободно владеет навыками исследования и анализа структуры и состава цены, расчета и анализа показателей, входящих в состав цены на основе различных методов ценообразования и информационных интеллектуальных технологий.
Владение навыками сбора, обработки, обобщения, анализа первичных данных, необходимых для расчета цен и формирование на основе этих данных цены на товары, работы, услуги.	Не владеет навыками сбора, обработки, обобщения, анализа первичных данных, необходимых для расчета цен и формирование на основе этих данных цены на товары, работы, услуги.	Не в полной мере владеет навыками сбора, обработки, обобщения, анализа первичных данных, необходимых для расчета цен и формирование на основе этих данных цены на товары, работы, услуги.	Владеет навыками сбора, обработки, обобщения, анализа первичных данных, необходимых для расчета цен и формирование на основе этих данных цены на товары, работы, услуги.	Грамотно, уверенно и свободно владеет навыками сбора, обработки, обобщения, анализа первичных данных, необходимых для расчета цен и формирование на основе этих данных цены на товары, работы, услуги.
Владение навыками выбора методов прогнозирования и разработки прогнозов цены на товары, работы и услуги, оценивания возможного влияния различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены.	Не владеет навыками выбора методов прогнозирования и разработки прогнозов цены на товары, работы и услуги, оценивания возможного влияния различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены.	Не в полной мере владеет навыками выбора методов прогнозирования и разработки прогнозов цены на товары, работы и услуги, оценивания возможного влияния различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены.	Владеет навыками выбора методов прогнозирования и разработки прогнозов цены на товары, работы и услуги, оценивания возможного влияния различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены.	Грамотно, уверенно и свободно владеет навыками выбора методов прогнозирования и разработки прогнозов цены на товары, работы и услуги, оценивания возможного влияния различных факторов на изменение затрат и других показателей в составе цены.
Обоснование полученных результатов	Не умеет обосновывать полученные результаты	Недостаточно умеет обосновывать полученные результаты	Умеет обосновывать полученные результаты	Умеет самостоятельно детально и грамотно обосновывать полученные результаты

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-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.	Специализированная мебель; мультимедийный проектор, переносной экран, ноутбук
2	Методический кабинет для самостоятельной работы	Специализированная мебель; мультимедийный проектор, переносной экран, ноутбук
3	Читальный зал библиотеки для самостоятельной работы	Специализированная мебель; компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет», имеющая доступ в электронную информационно-образовательную среду

6.2. 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. Демура Н.А. Операционный и производственный менеджмент: учеб. пособие: практикум. / Н.А. Демура, В.В. Выборнова — Белгород: Изд-во БГТУ, 2018. — 92 с. Режим доступа: <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2018020510110295700000653584>
2. Демура, Н.А. Ценовая политика предприятия (организации): учеб. пособие. / Н.А. Демура — Белгород: Изд-во БГТУ, 2018. — 147 с. Режим доступа: <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2018072509545266300000657575>
3. Забелина Е.А. Ценообразование. Практикум: учебное пособие / Забелина Е.А.— М.: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2016. 156— с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/67790>
4. Лев М.Ю. Ценообразование: учебник / Лев М.Ю.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 723— с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71070>
5. Ценовая политика предприятия (организации): методические указания к практическим занятиям и самостоятельной работе студентов направления бакалавриата 38.03.01 – Экономика / сост.: Н.А. Демура. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2018. – 58 с. Режим доступа: <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2018050317325780200000653093>
6. Ценовая политика предприятия (организации): методические указания к выполнению расчетно-графического задания для студентов направления бакалавриата 38.03.01 – Экономика / сост.: Н.А. Демура. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2018. – 16 с. Режим доступа: <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2018050317050766700000655823>
7. Ярмоленко, Л.И. Экономика организации (предприятия): учебно-практическое пособие / Л. И. Ярмоленко, И. А. Кузнецова, Н. А. Демура. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2018. – 194 с. Режим доступа: <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2018072512015988600000654869>

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

1. eLIBRARY.RU - научная электронная библиотека [сайт]. – URL: <https://elibrary.ru>
2. Интерфакс – Сервер раскрытия информации: [сайт]. – URL: <https://www.e-disclosure.ru>
3. Научно-техническая библиотека БГТУ им. В.Г. Шухова: [сайт]. – URL: <http://ntb.bstu.ru>
4. Официальный интернет-портал правовой информации: [сайт]. – URL: <http://pravo.gov.ru>
5. СПС КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: <http://www.consultant.ru>
6. Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. –URL: <http://www.gks.ru>