

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

**Обнинский институт атомной энергетики –**

филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования

«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

**(ИАТЭ НИЯУ МИФИ)**

## **ОТДЕЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК**

Одобрено на заседании

Учёного совета ИАТЭ НИЯУ МИФИ

Протокол №23.4 от 24.04.2023

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Ценообразование**

---

*название дисциплины*

для студентов направления подготовки

**38.03.02 Менеджмент**

---

образовательная программа

**Цифровой маркетинг и цифровая логистика**

---

Форма обучения: очная

**г. Обнинск 2023 г.**

## **1. Цели освоения дисциплины**

**Цель изучения дисциплины** – получение студентами необходимого объёма теоретических знаний и практических навыков в области ценообразования.

### **Задачи изучения дисциплины:**

- изучить сущность цены как экономической категории, функции цен в рыночной экономике, классификацию цен;
- рассмотреть факторы, влияющие на уровень и динамику цен;
- изучить рыночные стратегии ценообразования;
- рассмотреть проблемы ценообразования в условиях инфляции;
- изучить риски в ценообразовании;
- изучить методы государственного регулирования цен;
- изучить особенности ценообразования во внешнеэкономической деятельности.

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (далее – ОП) бакалавриата**

Дисциплина реализуется в рамках обязательной части и относится к профессиональному модулю.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: макроэкономика, микроэкономика, теория вероятностей и математическая статистика, эконометрика, информационные системы и технологии в экономике и управлении.

Дисциплины и/или практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: экономический анализ, финансовый менеджмент, управление рисками, интернет-маркетинг.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

## **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенны с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть

следующими результатами обучения по дисциплине:

| <b><i>Коды компетенции</i></b> | <b><i>Наименование компетенции</i></b>                                                                                                                                      | <b><i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i></b>                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-3                           | Способен владеть навыками разработки инвестиционных проектов и оценки их экономической эффективности                                                                        | З-ПК-3 Знать: трактовки понятия «инвестиционный проект», этапы жизненного цикла проекта<br>У-ПК-3 Уметь: использовать принципы управления проектами<br>В-ПК-3 Владеть: методами и программными средствами экономической оценки эффективности инвестиционного проекта |
| ПК-7                           | Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели | З-ПК-7 Знать: методы оценки бизнес-среды организации<br>У-ПК-7 Уметь: анализировать окружающую среду организации<br>В-ПК-7 Владеть: методами формулирования бизнес-идеи, навыками разработки маркетингового и финансового плана развития бизнеса                     |

#### 4. Воспитательный потенциал дисциплины

| Направления / цели воспитания | Задачи воспитания (код)                                                                                                           | Воспитательный потенциал дисциплин                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Профессиональное воспитание   | Формирование профессионально значимых установок на индивидуализацию делового общения с коллегами, партнерами, потребителями (B36) | Использование воспитательного потенциала дисциплины для формирования профессиональных установок системного анализа через содержание дисциплин и практик, акцентирование учебных заданий, групповое решение модельных и практических задач, кейсов, подготовку учебных проектов, эссе и рефератов, прохождение практик на конкретных рабочих местах. |

**Организация интерактивных мероприятий и реализация специализированных заданий с воспитательным и социальным акцентом:**

1. Организация научно-практических семинаров и конференций, круглых столов, встреч с выдающимися учеными и ведущими представителями отраслей в сферах управления и экономики.
2. Организация научно-проектной деятельности по тематикам будущих профессий выпускников.
3. Участие в студенческих олимпиадах и конкурсах научных и учебных проектов, творческих мероприятиях.
4. Организация студенческого участия в форсайт-семинарах «Цифровое управление устойчивым развитием».
5. Подготовка студенческих учебно-практических проектов совместно с индустриальными партнерами.

**5. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

| Вид работы | Количество часов на вид работы: |
|------------|---------------------------------|
|------------|---------------------------------|

|                                                       |            |
|-------------------------------------------------------|------------|
| <b>Контактная работа обучающихся с преподавателем</b> |            |
| <b>Аудиторные занятия (всего)</b>                     | <b>32</b>  |
| <i>В том числе:</i>                                   |            |
| <i>лекции</i>                                         | 24         |
| <i>практические занятия</i>                           | 32         |
| <i>(из них в форме практической подготовки)</i>       | (32)       |
| <b>Промежуточная аттестация</b>                       |            |
| <i>В том числе:</i>                                   |            |
| <i>зачёт</i>                                          | +          |
| <i>экзамен</i>                                        |            |
| <b>Самостоятельная работа обучающихся (всего)</b>     | <b>52</b>  |
| <b>Всего (часы)</b>                                   | <b>108</b> |
| <b>Всего (зачетные единицы)</b>                       | <b>3</b>   |

**6. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**6.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)**

| Неделя | Наименование раздела /темы дисциплины                                        | Виды учебной работы в |           |          |           |
|--------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------|----------|-----------|
|        |                                                                              | Лек                   | Пр        | Лаб      | СР        |
| 1      | Введение в ценообразование                                                   | 1                     | -         | -        | 2         |
| 1-2    | Теоретические основы ценообразования                                         | 3                     | 4         | -        | 4         |
| 3-4    | Система цен                                                                  | 3                     | 4         | -        | 6         |
| 5-6    | Подходы и методы ценообразования                                             | 3                     | 4         | -        | 10        |
| 7-8    | Формирование цен                                                             | 3                     | 4         | -        | 8         |
| 9-10   | Ценовая политика предприятия                                                 | 3                     | 4         | -        | 8         |
| 11-12  | Ценовая политика государства                                                 | 3                     | 4         | -        | 6         |
| 13-14  | Ценообразование на мировых рынках в условиях глобализации мирового хозяйства | 3                     | 4         | -        | 4         |
| 15-16  | Технология формирования контрактных цен на импортные и экспортные товары     | 2                     | 4         | -        | 4         |
|        | <b>Всего:</b>                                                                | <b>24</b>             | <b>32</b> | <b>-</b> | <b>52</b> |

**6.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)**

*Лекционный курс*

| Неделя | Наименование раздела /темы дисциплины | Содержание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1      | Введение в ценообразование            | Предмет курса, его цель и задачи. Структура, содержание дисциплины и ее взаимосвязь с другими учебными дисциплинами. Методология изучения дисциплины. Определения основных понятий дисциплины.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 1      | Теоретические основы ценообразования  | <p>Место и роль цены в рыночном хозяйстве.</p> <p>Ценообразование как одно из основных звеньев рыночной экономики. Роль закона стоимости в механизме ценообразования, сбалансированности спроса и предложения. Марксистская теория средней нормы прибыли и цены производства.</p> <p>Ценообразование как процесс формирования цены на товар или тарифа на услугу. Системы ценообразования. Централизованная система, предполагающая формирование цен государственными органами на основе издержек производства и обращения. Рыночная система, согласно которой ценообразование складывается на основе спроса и предложения.</p> <p>Стоимостная теория цены, возникающая как результат абстрактного труда, разработанная К.Марксом.</p> <p>Концепция западных экономистов, исходящая из субъективной оценки полезности затрат на товар.</p> <p>Экономические функции цены и принципы ценообразования. Функции цены (учетная, стимулирующая, распределительная, функция сбалансированности спроса и предложения, функция критерия рационального размещения производства).</p> <p>Взаимодействие и противоречия между функциями.</p> <p>Принципы ценообразования (научная обоснованность, непрерывность процесса ценообразования, контроля за соблюдением цен). Виды контроля за соблюдением цен.</p> |
| 3      | Система цен                           | Виды цен и их классификация. Состав и структура цен.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

|   |                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                | <p>Виды цен, их классификация и дифференциация в зависимости от обслуживаемой ими сферы товарного обращения, включая оптовые цены на продукцию промышленности, строительства, закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию, тарифы грузового и пассажирского транспорта, розничные цены и тарифы на коммунальные и бытовые услуги населению. Цены, используемые в статистике.</p> <p>Системе цен и признаки, лежащие в ее основе.</p> <p>Наиболее важные блоки единой системы цен. Различия в динамике цен в условиях административной и рыночной экономики. Взаимосвязь и взаимозависимость цен.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 5 | <p>Подходы и методы ценообразования: Россия и мировой опыт</p> | <p>Взаимодействие цены и спроса. Взаимосвязь между объемом спроса на товар и определяющими его факторами. Влияние на изменение спроса неценовых факторов (детерминант): вкусы или предпочтения потребителей, количество потребителей на рынке, их денежные доходы, цены на сопряженные товары, потребительские ожидания относительно будущих цен. Цена спроса и закон спроса.</p> <p>Взаимоотношение цены и предложения. Роль предложения в установлении цены. Цена предложения, закон предложения. Неценовые факторы (детерминанты), влияющие на предложение: плата за производственные ресурсы, уровень технологии производства, цены на другие товары, налоги и дотации, количество продавцов на рынке. Влияние неценовых факторов или одного из них на смещение кривой предложения влево или вправо. Ценовая эластичность.</p> <p>Основные факторы, оказывающие воздействия на цены. Влияние потребителей на установление рыночных цен. Государственное регулирование цен. Степень свободы цен от воздействия государства при их определении. Участие розничной и оптовой торговли в ценообразовании. Влияние конкуренции на</p> |

|   |                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                              | уровень цен.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 7 | Формирование цен             | <p>Особенность ценообразования на различных типах рынка. Зависимость ценовой политики от конкурентной структуры рынка. Рынки свободной, монополистической, олигополистической конкуренции, чистой монополии. Стратегия множественных цен, выбор фирмой той или иной стратегии цен. Выявление факторов, влияющих на цены.</p> <p>Этапы процесса ценообразования. Выбор цели; обеспечение выживаемости фирмы как главной цели фирмы, осуществляющей свою деятельность в условиях жесткой конкуренции; использование цен проникновения. Анализ (оценка) существующего положения; выявление факторов, влияющих на цены (анализ издержек, анализ цен конкурентов, выбор метода ценообразования и установление окончательной цены); метод установления цены на уровне текущих цен.</p> <p>Ценовая информация и ее роль в принятии решения по ценам. Три блока вопросов ценовой информации: 1) рынок и товар; 2) конкуренция на рынке и политика правительства; 3) производство и затраты, выручка от реализации и прибыль.</p> |
| 9 | Ценовая политика предприятия | <p>Стратегические и тактические аспекты ценовой политики предприятия (фирмы). Цена как объективная экономическая категория и ее роль в системе рыночного механизма. Ценообразование в условиях рынка. Влияние на ценообразование монополизма производителя, регулирующего воздействия государства. Роль маркетинга в ценообразование.</p> <p>Трехуровневый экономический анализ как условие проведения фирмой правильной ценовой политики. Решение классической триединой проблемы как условие установления исходной цены.</p> <p>Основные методы установления цен: метод полных</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

|    |                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                              | <p>издержек и метод прямых затрат.</p> <p>Факторы, влияющие на установление цены на производимые фирмой товары. Методики определения цены (с ориентацией на издержки, с ориентацией на спрос, с ориентацией на конкуренцию).</p> <p>Методы ценообразования, применяемые фирмой на рынке. Необходимость корректировки исходной цены методами: установления цен на новый товар, ценообразования в рамках товарной номенклатуры, инициативные изменения цен. Реакция на изменение цен со стороны потребителей, конкурентов, реакция фирмы на изменение цен конкурентами.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 11 | Ценовая политика государства | <p>Необходимость регулирования экономики и цен государством. Уровни регулирования цен: на уровне макроэкономики, где субъектом регулирования выступает государство, и на уровне микроэкономики, где субъектом регулирования выступают фирмы.</p> <p>Взаимодействие государства и частных компаний в регулировании хозяйственной жизни. Государство и фирмы как самостоятельные субъекты регулирования.</p> <p>Государственный инструментарий регулирования экономических процессов: государственный бюджет, система государственных банков и государственный сектор экономики. Концепция Дж. М. Кейнса о государственном регулировании экономики. Система государственного регулирования после второй мировой войны. Регулирование экономики и цен в 50-60-е гг. XX в. с опорой на рост государственной собственности и воздействия государства на производственный цикл. Регулирование экономики и цен в 70-80-е гг. XX в. с опорой на смешанную экономику и проведение антиинфляционного налогово-бюджетного регулирования. Причины перенесения акцента на рыночные методы регулирования вместо государственного. Современные теории о соотношении государственного и рыночного</p> |

|    |                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                              | <p>регулирования. Специфика экономического регулирования в России.</p> <p>Методы регулирования цен и контроля за ценами.</p> <p>Цели, преследуемые государственным регулированием в области цен: не допустить инфляционного роста цен, воздействовать на процессы воспроизводства, достижение определенных социальных результатов.</p> <p>Методы прямого и косвенного регулирования цен.</p> <p>Методы регулирования ценообразования в России.</p> <p>Ценообразование и инфляция. Усиление инфляционных процессов в конце XX столетия, стадии развития инфляции и динамика цен. Особенности инфляции в экономике России. Последствия инфляционного роста цен и их влияние на развитие экономики. Направление антиинфляционной политики государства.</p>                                                                                                                                                                                                                                      |
| 13 | Ценообразование на мировых рынках в условиях глобализации мирового хозяйства | <p>Общие положения ценообразования в промышленно-развитых странах мира. Важность изучения опыта ценообразования в зарубежных странах для понимания его закономерностей и тенденций и их использование для формирования ценообразования и ценовой политики в Российской Федерации.</p> <p>Неэффективность монополизированной и рыночной экономики, необходимость организации экономики смешенного типа, ценообразование в условиях такой экономики. Прямое регулирование цен и сферы его использования. Способы дополнения методов прямого регулирования ценообразования рядом косвенных мер, направленных на установление оптимального соотношения между спросом и предложением.</p> <p>Осуществление контроля над ценами. Учет многообразных факторов, влияющих на ценообразование: национальных, климатических, политических и др.</p> <p>Особенности ценообразования и регулирования цен в отдельных странах. Механизм и особенности ценообразования в США, Франции, Испании, Греции,</p> |

|    |                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                              | Швеции, Японии, Финляндии, Швейцарии.                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 15 | Технология формирования цен на экспортные и импортные товары | Особенности формирования и структуры контрактных цен на импортные и экспортные товары. Понятие таможенных пошлин и таможенной стоимости. Влияние валютного курса на экспортные и импортные цены, понятие и принципы формирования курсовых разниц Требования ИНКОТЕРМС-2010 при формировании цен на экспортные и импортные товары. |

### *Практические/семинарские занятия*

| Неделя | Наименование раздела /темы дисциплины             | Содержание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1-2    | Теоретические основы ценообразования              | Доклады: «Место и роль цены в рыночной экономике», «Методы и отличия формирования цен в условиях плановой и рыночной экономики», «Сущность марксистской теории средней прибыли и цены производства и ее значение для современного ценообразования», «Функции цены и принципы ценообразования в рыночной экономике».<br>Вопросы для обсуждения:<br><ol style="list-style-type: none"> <li>1. Стоимостные основы цены и переход к рыночному ценообразованию. Теория средней прибыли и цены производства как превращенной формы стоимости.</li> <li>2. Отличия рыночного ценообразования от централизованного установления цен.</li> <li>3. Экономические функции цены.</li> <li>4. Методологические вопросы ценообразования цен и их системы.</li> </ol> |
| 5-6    | Подходы и методы ценообразования                  | Методики определения цены (с ориентацией на издержки, с ориентацией на спрос, с ориентацией на конкуренцию).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 7-8    | Формирование свободных цен в Российской Федерации | Доклады: «Особенности ценообразования в условиях чистой, монополистической, олигополистической, конкуренции и чистой монополии», «Этапы процесса ценообразования», «Ценовая информация и ее роль в                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

|       |                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       |                                                                              | <p>принятии решения по ценам».</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности ценообразования на различных типах рынка.</li> <li>2. Этапы процесса ценообразования.</li> <li>3. Ценовая информация и ее роль в принятии решения по ценам.</li> </ol>                                                                                                                                   |
| 9-10  | Ценовая политика предприятия                                                 | <p>Доклады: «Стратегические и тактические особенности ценовой политики предприятия (фирмы) в условиях рыночной экономики», «Методы ценообразования, присущие рыночной экономике».</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Стратегические и тактические аспекты ценовой политики предприятия (фирмы).</li> <li>2. Методы ценообразования, применяемые фирмой на рынке.</li> </ol>            |
| 11-12 | Ценовая политика государства                                                 | <p>Доклады: «Государственное регулирование цен», «Методы регулирования цен», «Ценообразование и инфляция».</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Необходимость регулирования экономики и цен государством.</li> <li>2. Методы регулирования цен и контроля над ними.</li> <li>3. Ценообразование и инфляция.</li> </ol>                                                                   |
| 13-14 | Ценообразование на мировых рынках в условиях глобализации мирового хозяйства | <p>Доклады: «Общие положения ценообразования», «Особенности ценообразования в странах Западной Европы», «Анализ соотношения затрат, объема производства и прибыли (CVP – анализ)», «Методы калькуляции себестоимости».</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Общие положения ценообразования.</li> <li>2. Особенности ценообразования и регулирования цен в отдельных странах.</li> </ol> |
| 15-16 | Технология                                                                   | Вопросы для обсуждения:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| формирования контрактных цен на импортные и экспортные товары | 1. Особенности формирования и структуры контрактных цен на импортные и экспортные товары.<br>2. Понятие таможенных пошлин и таможенной стоимости.<br>3. Влияние валютного курса на экспортные и импортные цены, а также понятие и принципы формирования курсовых разниц.<br>4. Требования ИНКОТЕРМС2010 при формировании цен на экспортные и импортные товары. |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Для организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «Ценообразование» разработаны следующие методические рекомендации и материалы:

1. Методические рекомендации для студентов по освоению дисциплины «Ценообразование», рассмотрены на заседании отделения социально-экономических наук (О), протокол №9-04/2023 от 20.04.2023.
2. Методические рекомендации для студентов по написанию реферата (контрольной работы) по дисциплине «Ценообразование», рассмотрены на заседании отделения социально-экономических наук (О), протокол №9-04/2023 от 20.04.2023.
3. Методические рекомендации для студентов. Терминологический словарь по дисциплине «Ценообразование», рассмотрены на заседании отделения социально-экономических наук (О), протокол №9-04/2023 от 20.04.2023

Основные методические рекомендации по видам работ приведены в п.11

## **8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

### **8.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине**

| <b>№ п/п</b> | <b>Контролируемые разделы (темы) дисциплины</b> | <b>Индикатор достижения компетенции</b> | <b>Наименование оценочного средства текущей и промежуточной</b> |
|--------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
|--------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|

|                                 |                                                                              |                                                |                                              |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------------|
|                                 |                                                                              |                                                | <b>аттестации</b>                            |
| <b>Текущая аттестация</b>       |                                                                              |                                                |                                              |
| 1.                              | Введение в ценообразование                                                   | 3-ПК-3, У-ПК-3, В-ПК-3, 3-ПК-7, У-ПК-6, В-ПК-7 | Задача № 1,2<br>Вопросы № 1-3                |
| 2.                              | Теоретические основы ценообразования                                         | 3-ПК-3, У-ПК-3, В-ПК-3, 3-ПК-7, У-ПК-6, В-ПК-7 | Доклады<br>Задача № 3,4<br>Вопросы № 4-8     |
| 3.                              | Система цен                                                                  | 3-ПК-3, У-ПК-3, В-ПК-3, 3-ПК-7, У-ПК-6, В-ПК-7 | Задача № 5-7<br>Вопросы № 9-17               |
| 4.                              | Подходы и методы ценообразования                                             | 3-ПК-3, У-ПК-3, В-ПК-3, 3-ПК-7, У-ПК-6, В-ПК-7 | Задача № 8,9<br>Вопросы № 50-69              |
| 5.                              | Формирование цен                                                             | 3-ПК-3, У-ПК-3, В-ПК-3, 3-ПК-7, У-ПК-6, В-ПК-7 | Доклады<br>Задача № 10-12<br>Вопросы № 18-36 |
| 6                               | Ценовая политика предприятия                                                 | 3-ПК-3, У-ПК-3, В-ПК-3, 3-ПК-7, У-ПК-6, В-ПК-7 | Доклады<br>Задача № 13,14<br>Вопросы № 37-49 |
| 7.                              | Ценовая политика государства                                                 | 3-ПК-3, У-ПК-3, В-ПК-3, 3-ПК-7, У-ПК-6, В-ПК-7 | Доклады<br>Задача № 15<br>Вопросы № 70-93    |
| 8.                              | Ценообразование на мировых рынках в условиях глобализации мирового хозяйства | 3-ПК-3, У-ПК-3, В-ПК-3, 3-ПК-7, У-ПК-6, В-ПК-7 | Доклады<br>Задача № 16<br>Вопросы № 94-97    |
| 9.                              | Технология формирования контрактных цен на импортные и экспортные товары     | 3-ПК-3, У-ПК-3, В-ПК-3, 3-ПК-7, У-ПК-6, В-ПК-7 | Задача №17<br>Вопросы № 98,99                |
| <b>Промежуточная аттестация</b> |                                                                              |                                                |                                              |
|                                 | Зачёт                                                                        | -ПК-3, У-ПК-3, В-ПК-3, 3-ПК-7, У-ПК-6, В-ПК-7  | Тест                                         |

**8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности,**

## ***характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы***

### **8.2.1. Зачёт**

а) типовые вопросы:

1. В чем заключается сущность двух противоположных теорий цены.
2. Место и роль цены в рыночной экономике.
3. Какие существуют принципиальные различия между формированием цен в плановой экономике и в условиях рыночной экономики.
4. Раскройте сущность средней нормы прибыли и цены производства.
5. Внутриотраслевая и межотраслевая конкуренция.
6. Виды конкуренции.
7. Что необходимо понимать под функцией цены, какие функции цены присущи рыночной экономике.
8. Дайте характеристику принципов ценообразования.
9. Дайте характеристику основных видов цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения.
10. Перечислите элементы оптовой отпускной цены предприятия, промышленности, закупочной и розничной цены.
11. Охарактеризуйте цену потребления, поясните, чем она отличается от продажной (рыночной) цены.
12. Раскройте виды цен в зависимости от территории их действия.
13. Раскройте вопрос о видах цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов.
14. Перечислите виды цен по степени их свободы от воздействия государства и дайте им характеристику.
15. Охарактеризуйте виды цен на новые товары.
16. Перечислите виды цен на товары, реализуемые на рынке относительно продолжительное время, и дайте им характеристику.
17. Что такое система цен и каковы ее признаки.
18. Сформулируйте закон спроса.
19. Какие факторы (детерминанты) влияют на изменение спроса.
20. Объясните понятия «изменения в спросе» и «изменение объема спроса».
21. Сформулируйте закон предложения.
22. Назовите неценовые факторы (детерминанты), воздействующие на изменение предложения.
23. Дайте определение эластичности.
24. Что показывает равновесная рыночная цена.
25. Назовите факторы, воздействующие на цены.
26. Охарактеризуйте влияние финансово-кредитной сферы на уровень и динамику цен.
27. Какое влияние оказывают потребности товаров на принятия фирмой ценовых решений.
28. Рассмотрите влияние конкуренции на уровень цен.

29. Равновесная цена спроса и предложения.
30. Охарактеризуйте структуру цены товара (услуги).
31. Раскройте экономическую категорию структуры рынка, опишите ее характерные черты.
32. Раскройте основы конкуренции.
33. Какие существуют основные типы рынков.
34. Дайте характеристику совершенной (свободной) конкуренции.
35. Сформулируйте основные черты монополистической конкуренции.
36. В чем сущность олигополии.
37. Дайте характеристику чистой конкуренции.
38. Раскройте этапы процесса ценообразования.
39. Назовите цели ценовой политики, которые может ставить перед собой фирма. Дайте их характеристику.
40. Какие методы установления цен используют фирмы в своей деятельности.
41. Раскройте роль ценовой информации в принятии решений по ценам.
42. В чем разница понятий «данные» и «информация».
43. Что должна знать фирма, собирая информацию по ценам.
44. Что должна знать фирма о рынке и товаре.
45. Какую информацию должна знать фирма о конкурентах.
46. Какая информация о производстве, затратах, выпуске и прибыли необходима для установления цен.
47. Раскройте стратегические аспекты ценовой политики фирмы.
48. Покажите содержание тактических аспектов ценовой политики фирмы.
49. Раскройте формы ценовой политики фирмы.
50. Расскажите о трех основных методиках определения цены.
51. Дайте характеристику ценообразования в рамках товарной номенклатуры.
52. В чем выражается определение цен по географическому принципу.
53. Как устанавливаются цены со скидками и зачетами.
54. В чем состоит экономический смысл установления дискриминационных цен.
55. Расскажите о содержании инициативного изменения цен.
56. В чем состоит цель рыночного анализа издержек.
57. Что такое бухгалтерские издержки.
58. Что включают в себя предпринимательские издержки.
59. Дайте определение вмененным издержкам.
60. Дайте характеристику постоянных издержек.
61. Дайте характеристику переменных издержек.
62. Практическая ценность деления издержек на постоянные и переменные.
63. Дайте определение совокупных издержек.
64. Что такое предельные (маржинальные) издержки.
65. Дайте характеристику средних издержек, в чем заключается их практическая значимость.
66. Изложите сущность CVP-анализа.
67. В чем сущность метода полных издержек. Покажите преимущества и недостатки этого метода.

68. Чем отличается метод нормативных затрат от метода полных издержек.
69. В чем заключается суть метода сокращенных затрат.
70. В чем состоит сущность экономического риска.
71. Расскажите об оценке риска и ее этапах.
72. Раскройте, в чем выражается риск в определении цен. Покажите это на примере.
73. Для каких целей необходима оценка инфляционного ожидания при проведении фирмой ценовой политики, какие при этом используются показатели и информация.
74. В чем состоит сущность страхования цен и каковы его формы.
75. В чем состоит необходимость регулирования экономики и цен в условиях рынка.
76. Раскройте сущность кейнсианской концепции государственного регулирования экономики и цен.
77. Раскройте сущность монетаристской концепции государственного регулирования и цен, укажите ее негативные стороны.
78. Раскройте необходимость регулирования экономики и цен государством в России.
79. Раскройте цели и содержание государственного регулирования цен.
80. Назовите и дайте характеристику прямых методов регулирования цен.
81. Дайте характеристику косвенных методов регулирования цен.
82. Ценообразование и инфляция.
83. Раскройте, какие виды контроля над ценами и какие виды экономических санкций за нарушение государственной дисциплины цен действуют в экономике России.
84. Какими законами регулируется количество денег в обращении.
85. В чем проявляется зависимость ценообразования от количества денег в обращении.
86. Раскройте факторы, вызывающие рост цен на товары и услуги.
87. Каковы национальные особенности регулирования цен и денежного обращения в Российской Федерации.
88. На основе каких экономических теорий осуществляется связь между ценами и денежной массой на макроуровне.
89. Каково значение системы цен в экономике.
90. Раскройте взаимосвязь ценообразования и кредитной системы в рыночной экономике. Как эти процессы проявляются в условиях кризиса.
91. Каким образом через систему цен осуществляется межотраслевой перелив капиталов.
92. Раскройте внешние и внутренние факторы, влияющие на изменение цены.
93. Охарактеризуйте воздействие цен на продукцию отдельных отраслей промышленности.
94. Чем вызывается необходимость изучения практики ценообразования в зарубежных странах.
95. Раскройте практику ценообразования и регулирования цен в США и

Франции.

96. Раскройте практику ценообразования в Испании, Швеции.
97. Раскройте практику ценообразования в Греции, Финляндии, Японии.
98. 98. Что из опыта ценообразования в зарубежных странах вы могли бы предложить для использования в практике ценообразования в экономике России.
99. Раскройте общие положения ценообразования.

б) критерии оценивания компетенций (результатов):

Ответ студента на зачёте оценивается по следующим критериям:

- правильность, полнота и логичность построения ответа;
- умение оперировать специальными терминами;
- использование в ответе дополнительного материала;
- умение иллюстрировать теоретические положения практическим материалом;
- владение актуальными статистическими данными по теме вопроса

в) описание шкалы оценивания:

Допуск к зачету по дисциплине осуществляется при количестве набранных в течение семестра баллов более 36 и всех выполненных заданиях: решение задач, подготовка доклада для участия в семинарском занятии.

За семестр студент может набрать от 36 до 60 баллов.

Минимальный балл за ответ на зачете – 20, максимальный балл – 40.

### **8.2.2. Доклад на семинарском занятии, «круглом столе».**

а) типовые задания (вопросы) представлены темами для докладов, эссе, выступлений:

1. Роль цен в рыночной экономике;
2. Система цен в экономике и принципы ее дифференциации;
3. Государственное регулирование рынка цен;
4. Цена и вопросы ценообразования в Гражданском Кодексе РФ;
5. Принципы определения цены для целей налогообложения;
6. Налоговая и финансово-кредитная системы, их взаимодействие с ценообразованием;
7. Цены на рынке капитальных активов;
8. Цены на рынке недвижимости;
9. Ценообразование на рынке ценных бумаг;
10. Цена – инструмент рыночной экономики;

11. Методы формирования цены и особенности рыночного ценообразования;
12. Цена как фактор повышения доходности предприятия в условиях рынка;
13. Ценовая политика и стратегия предприятия;
14. Ценообразование на рынке научно-технической продукции;
15. Ценообразование в топливно-энергетическом комплексе;
16. Ценообразование в минерально-сырьевом комплексе;
17. Ценообразование на рынке товаров и услуг;
18. Ценообразование и ценовая политика во внешнеэкономической деятельности предприятия;
19. Основные стратегии ценообразования;
20. Ценовая политика предприятия в условиях рынка;
21. Эконометрические методы определения цены;
22. Методы исследования экономической конъюнктуры рынка и ценовой динамики;
23. Средние цены и обобщающий уровень цен;
24. Издержки – основа формирования цены в условиях рынка;
25. Государственное регулирование ценообразования в РФ и за рубежом;
26. Система цен в РФ, роль и значение в рыночной экономике;
27. Политика либерализации цен в условиях рынка;
28. Ценовая политика в условиях реформирования и реструктуризации предприятий на современном этапе;
29. Мировые цены и их роль в международном сотрудничестве;
30. Особенности формирования цен на продукцию (работы, услуги) различных отраслей экономики (транспорта, связи, сельского хозяйства и др.).

б) критерии оценивания компетенций (результатов):

Доклад – устное выступление студента, являющееся результатом его самостоятельной подготовки по заранее полученной теме и в соответствии с требованиями к «Самостоятельной работе студентов».

Выступление во время доклада, как правило, рассчитано на 6-7 минут, не может превышать установленное время, должно строго соответствовать объявленной теме. Приветствуются доклады с дополнительным использованием презентаций и мультимедийной техники.

Во время выступления студент может использовать свободную речь близко к тексту доклада, однако вправе зачитывать подготовленный им текст, демонстрируя владение материалом. Речь должна быть четкой, выразительной и эмоциональной. Обязательным элементом процедуры доклада является его обсуждение. Студентам группы предлагается задавать докладчику вопросы по теме доклада, вопросы может задавать и преподаватель. По окончании доклада организуется дискуссия.

в) описание шкалы оценивания:

Выступление и ответы на вопросы оцениваются до 5-х баллов.

#### Критерии оценки устного выступления.

**5 баллов** (максимальная оценка) – выступление (доклад) отличается последовательностью, логикой изложения, легко воспринимается аудиторией, при ответе на вопросы выступающий демонстрирует глубину владения представленным материалом, ответы формулируются аргументировано, обосновывается собственная позиция в проблемных ситуациях.

**4 балла** – выступление (доклад) отличается последовательностью, логикой изложения, легко воспринимается аудиторией, при ответе на вопросы выступающий демонстрирует глубину владения представленным материалом, однако имеются небольшие неточности при ответе на вопросы

**3 балла** – выступающий передает содержание проблемы, но не демонстрирует умение выделять главное, существенное, выступление воспринимается аудиторией достаточно сложно, ответы на вопросы поверхностные, либо вызывают у докладчика затруднение.

**2 балла** – доклад краткий, поверхностный, несамостоятельный, докладчик не разбирается в сути вопроса, не может представить его в аудитории.

#### **8.2.3. Решение задач**

а) типовые задания - образец:

##### **Задача 1.**

Розничная цена холодильника, реализуемого в магазине фирменной торговли предприятия, до повышения составляла 30000 руб., а после повышения – 42000 руб. и складывалась из следующих элементов (в скобках указаны данные после повышения цены):

- коммерческая себестоимость – 18000 (2100) руб.;
- прибыль предприятия-изготовителя – 4500 (9500) руб.;
- налог на добавленную стоимость – 5000 (7000) руб.;
- торгово-сбытовые расходы – 2500 (4500) руб.

Необходимо построить таблицу, характеризующую структуру розничной цены холодильника до и после снижения цены; дать оценку динамики отдельных элементов розничной цены и изобразить графическим способом.

### **Задача 2.**

На основе приведенных данных необходимо определить:

- прибыль предприятия в расчете на одно изделие;
- оптовую цену предприятия;
- отпускную цену предприятия с НДС;
- снабженческо-сбытовую надбавку;
- торговую надбавку;
- розничную цену изделия;
- структуру розничной цены изделия.

*Исходные данные:*

- коммерческая себестоимость изделия – 90 руб.;
- уровень рентабельности – 25% к себестоимости;
- акциз – 15 руб. на единицу изделия;
- налог на добавленную стоимость – 20 % от оптовой цены предприятия;
- снабженческо-сбытовая надбавка посреднической организации - 20% от покупной цены;
- торговая надбавка – 10% от продажной цены посреднической организации.

На основе проведенных расчетов дать графическое изображение структуры оптовой цены предприятия, отпускной и розничной цены изделия.

### **Задача 3.**

На основе приведенных данных необходимо определить:

- прибыль предприятия в расчете на одно изделие;
- оптовую цену предприятия;
- отпускную цену с НДС;
- снабженческо-сбытовую надбавку;
- торговую надбавку;

–структуру розничной цены изделия.

*Исходные данные:*

- коммерческая себестоимость изделия – 56 руб.;
- уровень рентабельности – 25% к себестоимости;
- налог на добавленную стоимость – 20% от отпускной цены предприятия без НДС;
- снабженческо-сбытовая надбавка посреднической организации – 25% от покупной цены;
- розничная цена – 126 руб.

На основе проведенных расчетов дать графическое изображение структуры оптовой цены предприятия, отпускной и розничной цены изделия.

#### **Задача 4.**

На основе приведенных данных необходимо определить:

- оптовую цену предприятия;
- прибыль предприятия в расчете на одно изделие; – графически изобразить структуру розничной цены.

*Исходные данные:*

- розничная цена изделия – 200 руб.;
- налог на добавленную стоимость – 40 руб.;
- наценка посреднической организации – 20 руб.;
- торговая скидка – 15% к розничной цене;
- полная себестоимость изделия – 90 000 руб.

#### **Задача 5.**

Какую цену следует установить фирме, чтобы обеспечить целевую прибыль 100 тыс. руб. от реализации 10 тыс. шт. изделий, если производственные затраты:

переменные материальные затраты – 120 руб.

затраты на оплату труда – 60 руб.

косвенные переменные затраты – 70 руб.

постоянные накладные затраты – 100 руб.

затраты на реализацию:

затраты на упаковку – 30 руб.

затраты на управление торговым предприятием – 40 руб.

#### **Задача 6.**

На основе приведенных данных необходимо определить:

- прибыль предприятия в расчете на одно изделие;
- оптовую цену предприятия;
- отпускную цену предприятия с НДС;
- снабженческо-сбытовую надбавку;
- торговую надбавку;
- розничную цену изделия;
- структуру розничной цены изделия.

*Исходные данные:*

- коммерческая себестоимость изделия – 90 руб.;
- уровень рентабельности – 25% к себестоимости;
- акциз – 15 руб. на единицу изделия;
- налог на добавленную стоимость – 10% от оптовой цены предприятия без НДС;
- снабженческо-сбытовая надбавка посреднической организации – 20% от покупной цены;
- торговая надбавка – 10% от продажной цены посреднической организации.

### **Задача 7.**

На основе проведенных расчетов дать графическое изображение структуры оптовой цены предприятия, отпускной и розничной цены изделия.

Определить розничную цену единицы продукции на основе следующих данных:

- оптовая цена единицы продукции – 300 руб.;
- ставка НДС – 20%;
- торговая надбавка – 25%.

Определить отпускную цену единицы продукции предприятия-изготовителя на основе следующих данных:

- полная (коммерческая) себестоимость – 200 руб.;
- прибыль, заложенная в цену – 50 руб.
- ставка НДС – 20%.
- 

### **Задача 8.**

Чему равна розничная цена изделия, если известно, что себестоимость производителя составляет 12 руб., ставка налога на добавленную стоимость – 20 %, торговая надбавка – 20 %, оптовая надбавка – 10 %,

прибыль предприятия-изготовителя- 25 %.

### **Задача 9.**

Необходимо рассчитать структуру розничной цены продукции, исходя из следующих данных:

- себестоимость единицы – 5 руб.;
- рентабельность – 25% к себестоимости;
- акциз – 70% от оптовой цены предприятия;
- НДС – 20% от отпускной цены фирмы; - наценка посреднической организации – 1 руб.;
- торговая наценка – 1,5 руб.

### **Задача 10.**

Оптовое предприятие закупило у предприятия-изготовителя товар по цене 12 000 руб. за единицу, в том числе НДС – 2 000 руб. Оптовая надбавка составляет 15% к цене приобретения товара (без НДС).

Необходимо рассчитать:

- размер оптовой надбавки в рублях;
- цену оптового предприятия без НДС и с учетом НДС.

### **Задача 11.**

Оптовое предприятие закупило у предприятия-изготовителя товар по цене 12 000 руб. за единицу, в том числе НДС – 2 000 руб. Оптовая надбавка составляет 15% к цене приобретения товара (без НДС). Необходимо рассчитать:

- оптово-отпускную цену товара с НДС и без НДС.

### **Задача 12.**

Используя взаимосвязь индексов, определите, как изменится индекс физического объема товарооборота, если товарооборот в фактических ценах в отчетном периоде по сравнению с базисным увеличится на 12 % при одновременном снижении цен на 2 %.

### **Задача 13.**

Средняя цена яблок по двум колхозным рынкам города снизилась в августе по сравнению с июлем на 6,9 %. За счет структурных сдвигов снижение цены составило 2 %. Определить индекс цен фиксированного состава.

#### **Задача 14.**

В отчетном году было продано головных уборов на 800 тыс. ден. ед., меховых изделий – на 3 млн. ден. ед., галантереи - на 400 тыс. ден. ед. Определить общий индекс цен на эти товары, если известно, что цены на головные уборы были снижены на 8 %, на меха – на 5 %, на галантерею – 10 %.

#### **Задача 15.**

Олигополистический рынок отечественной алюминиевой промышленности поделен следующим образом: доля Красноярского алюминиевого завода составляет 21 %, Братского АЗ – 18 %, Саянского АЗ – 16 %, Иркутского АЗ – 14 %. Рассчитайте индекс концентрации для трех фирм в алюминиевой промышленности, а также индекс Линда по приведенным четырем фирмам и сделайте выводы по полученным результатам.

#### **Задача 16.**

Предприятие розничной торговли осуществляет закупку импортных товаров. Таможенная стоимость, пересчитанная в рубли по курсу ЦБ России, составляет 90 000 руб., включая таможенные пошлины. НДС, уплачиваемый при таможенном оформлении товара, составляет 20% от таможенной стоимости: торговая надбавка – 30% к расчетной цене. Необходимо рассчитать:

- сумму НДС в рублях;
- расчетную цену закупаемого товара;
- сумму торговой надбавки в рублях;
- свободную розничную цену импортного товара.

#### **Задача 17.**

Определите: а) отпускную цену завода изготовителя б) цену «франко-железнодорожный вагон» в) цену ФАС, ФОБ, КАФ, СИФ Исходные данные даны на 1 единицу изделия. Себестоимость 400 тыс.руб Прибыль-25% Перевозка к железнодорожной станции-3 тыс.руб Стоимость погрузки в вагон-1,2 тыс.руб Стоимость перевозки до порта-4 тыс.руб Стоимость погрузочно-разгрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна-1,5 тыс.руб. Стоимость доставки на борт судна и складирование на судне-1 тыс.руб Морской фрахт до порта назначения 5

тыс.руб Страхование -3%.

б) критерии оценивания компетенций (результатов):

- правильность выбора метода анализа и интерпретации результатов
- четкое и верное трактование ситуации.

в) описание шкалы оценивания:

Максимальное количество баллов 2. Каждый критерий оценивается в 1 балл.

#### **8.2.4. Тест**

а) типовые вопросы:

1. *Цена товара – это:*

- а) затраты на производство единицы продукции;
- б) стоимость товара;
- в) денежное выражение стоимости единицы продукции.

2. *Система цен – это:*

- а) перечень цен;
- б) группы цен;
- в) единая, упорядоченная совокупность различных видов цен, обслуживающих и регулирующих экономические взаимоотношения участников.

3. *Функции цены в рыночной экономике – это:*

- а) измерительная;
- б) учетно-контрольная;
- в) распределительная;
- г) стимулирующая;
- д) как критерий рационального размещения производства;
- е) социальная.

4. *Виды цен, включаемые в систему цен, – это:*

- а) оптовые цены;
- б) закупочные цены;
- в) контрактные цены;
- г) розничные цены;
- д) цены на строительную продукцию;
- е) тарифы на услуги транспорта, услуги, оказываемые населению.

5. *Факторы, которые оказывают влияние на установление цены, – это:* а) потребители;

- б) правительство;

- в) участники каналов сбыта;
- г) конкуренты;
- д) издержки производства.

6. *Группировка цен в зависимости от системы их государственного регулирования:*

- а) регулируемые цены;
- б) свободные цены;
- в) фиксируемые цены;
- г) лимитные цены.

7. *Факторы, формирующие цену предложения товара, на которую претендует поставщик-продавец, – это:*

- а) количество товара, предлагаемое на рынке;
- б) запасы товара на предприятии и у возможных поставщиков;
- в) цены на факторы производства и рабочую силу;
- г) потребительские свойства товара, его полезность;
- д) налоги, акцизы и др. платежи, отчисления в государственный бюджет и внебюджетные фонды.

8. *Группировка цен по способу получения информации:*

- а) публикуемые цены;
- б) расчетные цены;
- в) свободные цены.

9. *Факторы, формирующие цену спроса, которую предлагает покупатель, – это:*

- а) платежеспособный спрос населения;
- б) уровень сбережений, которые покупатель делает, чтобы не покупать товар;
- в) издержки производства и обращения при реализации товара;
- г) количество товара, предлагаемое на рынке;
- д) потребительские свойства товара.

10. *Группировка цен по способу их функций:*

- а) твердые (постоянные) цены;
- б) сезонные цены;
- в) подвижные цены;
- г) скользящие цены.

11. *Факторы, формирующие представление о справедливости и несправедливости цены, – это:*

- а) соотношение текущей цены с ранее действовавшей;

- б) соотношение цены данного товара с ценами сходных продуктов или ценами, уплаченными в сходных ситуациях;
- в) роль товара в формировании стандарта потребления.

*12. Группировка цен с учетом фактора времени:*

- а) свободные цены;
- б) сезонные цены;
- в) постоянные цены;
- г) зональные цены.

*13. Равновесная цена – это:*

- а) цена выше той, которая создает избыточный спрос;
- б) цена, при которой нет ни дефицита, ни избытка;
- в) все перечисленное выше справедливо;
- г) цена, установленная правительством.

*14. Трансфертные внутрифирменные цены – это:*

- а) рыночные цены;
- б) оптовые цены;
- в) цены, применяемые при передаче товаров в рамках международных и транснациональных корпораций и предприятий, в том числе между их подразделениями, расположенными в разных странах.

*15. «Зонтик цен» – это:*

- а) установление средней рыночной цены;
- б) поддержание цен, установленных фирмой – лидером;
- в) равновесная цена.

*16. «Ножницы цен» – это:*

- а) отклонения цен;
- б) разрыв в ценах на различные группы товаров на международных рынках и в отдельных государствах.

*17. По способу получения информации цены классифицируются на:*

- а) свободные, постоянные;
- б) трансфертные;
- в) публикуемые, справочные.

*18. По условиям поставки и продажи различают:*

- а) цена-нетто и цена- брутто;
- б) цена торгов;
- в) цена торговых аукционов.

*19. В состав цены входит:*

- а) прибыль, акциз, НДС;

- б) себестоимость, торговая надбавка;
- в) себестоимость, прибыль, акциз, НДС, снабженческо-сбытовая надбавка, торговая надбавка.

*20. В состав оптовой цены входит:*

- а) себестоимость, прибыль;
- б) акциз, прибыль;
- в) себестоимость, НДС.

*21. Отпускная цена предприятия состоит из:*

- а) себестоимости, снабженческо-сбытовой надбавки;
- б) торговой надбавки, себестоимости;
- в) себестоимости, прибыли, акциза.

*22. Продажная цена оптового посредника включает:*

- а) себестоимость, прибыль, акциз, НДС;
- б) себестоимость, прибыль, акциз, НДС, снабженческо-сбытовая надбавка;
- в) себестоимость, прибыль, акциз, снабженческо-сбытовая надбавка.

*23. К технологическим затратам относятся:*

- а) сырье, материалы, топливо, заработная плата
- б) потери от брака, общепроизводственные затраты
- в) коммерческие затраты.

*24. Косвенные расходы включают в себя:*

- а) прочие производственные, коммерческие расходы
- б) заработная плата производственных рабочих
- в) сырье, материалы.

*25. К переменным затратам относятся:*

- а) затраты, которые не меняются в зависимости от объемов производства
- б) затраты, которые меняются в зависимости от объемов производства.

*26. К постоянным затратам относятся:*

- а) затраты, которые не меняются в зависимости от объемов производства
- б) затраты, которые меняются в зависимости от объемов производства.

*27. Ценообразование затратным методом может основываться на:*

- а) сумме постоянных и прямых затрат;
- б) на прямых или предельных затратах;
- в) на полных издержках;

*28. Активное ценообразование – это:*

- а) способ установления собственной цены;

б) подход к установлению цены на товар или услугу, целью которого является достижение наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и желаемого уровня прибыли.

*29. Стратегия средних цен может быть представлена в виде:*

- а) стратегии проникновения на рынок;
- б) стратегии нейтрального ценообразования;
- в) стратегии следования за лидером.

*30. Стратегии ценообразования в зависимости от разных рынков, их сегментов и покупателей:*

- а) стратегия дифференцированных цен;
- б) стратегия средних цен;
- в) стратегия льготных цен;
- г) стратегия дискриминационных цен.

б) критерии оценивания компетенций (результатов):

Количество правильных ответов.

в) описание шкалы оценивания:

Принята следующая система баллов: по 0,5 балла за каждое тестовое задание, за тест ставится 0 баллов – если в тесте выбраны не все верные варианты, или среди выбранных вариантов ответа есть ошибочные.

### ***8.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций***

Итоговая аттестация по дисциплине является интегральным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков обучающихся по дисциплине и складывается из оценок, полученных в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы студентов.

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины.

Текущий контроль осуществляется два раза в семестр:

- контрольная точка № 1 (КТ № 1) – выставляется в электронную ведомость не позднее 8 недели учебного семестра. Включает в себя оценку мероприятий текущего контроля аудиторной и

самостоятельной работы обучающегося по разделам / темам учебной дисциплины с 1 по 8 неделю учебного семестра;

- контрольная точка № 2 (КТ № 2) – выставляется в электронную ведомость не позднее 16 недели учебного семестра. Включает в себя оценку мероприятий текущего контроля аудиторной и самостоятельной работы обучающегося по разделам / темам учебной дисциплины с 9 по 16 неделю учебного семестра.

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации оцениваются по шкале балльно-рейтинговой системы.

| Вид контроля | Этап рейтинговой системы<br>/ Оценочное средство | Балл      |            |
|--------------|--------------------------------------------------|-----------|------------|
|              |                                                  | Минимум*  | Максимум   |
| <b>1-16</b>  | <b>Текущая аттестация</b>                        | <b>36</b> | <b>60</b>  |
| <b>7-8</b>   | <b>Контрольная точка №1</b>                      | 18        | 30         |
| 2,8          | Доклады                                          | 2         | 5          |
| 1-8          | Решение задач                                    | 8         | 10         |
| 1-8          | Опрос                                            | 8         | 15         |
| <b>15-16</b> | <b>Контрольная точка №2</b>                      | 18        | 30         |
| 9-14         | Доклады                                          | 2         | 5          |
| 9-16         | Решение задач                                    | 8         | 10         |
| 9-16         | Опрос                                            | 8         | 15         |
|              | <b>Промежуточная аттестация</b>                  | <b>24</b> | <b>40</b>  |
| -            | Зачёт                                            | -         | -          |
| -            | Тест                                             | 24        | 40         |
|              | <b>Итого по дисциплине</b>                       | <b>60</b> | <b>100</b> |

\* Минимальное количество баллов за оценочное средство – это количество баллов, набранное обучающимся, при котором оценочное средство засчитывается, в противном случае обучающийся должен ликвидировать появившуюся академическую задолженность по текущей или промежуточной аттестации. Минимальное количество баллов за текущую аттестацию, в т. ч. отдельное оценочное средство в ее составе, и промежуточную аттестацию составляет 60% от соответствующих максимальных баллов

#### 8.4. Шкала оценки образовательных достижений

Итоговая аттестация по дисциплине оценивается по 100-балльной шкале и представляет сумму баллов, заработанных студентом при выполнении заданий в рамках текущей и промежуточной аттестации

| Сумма баллов | Оценка по 4-х балльной шкале | Оценка ECTS | Требования к уровню освоения учебной дисциплины                                                             |
|--------------|------------------------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 90-100       | 5- «отлично»/ «зачтено»      | A           | Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, |

|       |                                          |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------|------------------------------------------|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       |                                          |   | последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, использует в ответе материал монографической литературы                                                                                                                                                 |
| 85-89 | 4 - «хорошо» / «зачтено»                 | B | Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твёрдо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос                                                                                                                                         |
| 75-84 |                                          | C |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 70-74 |                                          | D |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 65-69 | E                                        |   | Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала                                        |
| 60-64 |                                          |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 0-59  | 2 - «неудовлетворительно» / «не зачтено» | F | Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине |

## 9. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Липсиц, И. В. Ценообразование: учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04843-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468453>

## 10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы - <http://www.fas.gov.ru>
2. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
3. Официальный сайт ЦБ РФ - <http://www.cbr.ru>
4. Официальный сайт Министерства финансов РФ - <http://www.minfin.ru>
5. Официальный сайт Федеральной таможенной службы - <http://www.customs.ru>

### Ссылки на сайты журналов и библиотек:

<http://www.finansy.ru/> Экономика и финансы – публикации, статьи, обзоры,

аналитика

<http://www.ecsocman.edu.ru/> Федеральный образовательный портал – Экономика, Социология, Менеджмент

<http://econom.nsc.ru/jep/> Виртуальная экономическая библиотека

<http://www.expert.ru/> Журнал «Эксперт»

<http://www.vopreco.ru/> Журнал «Вопросы экономики»

<http://www.kommersant.ru/> Ежедневная газета «Коммерсантъ»

<http://www.finansmag.ru/> Журнал «Финанс.»

<http://www.informika.ru/> Образовательный портал «Информика»

### **Российские регулирующие органы:**

[www.cbr.ru](http://www.cbr.ru) - Центральный банк России

<http://www.minfin.ru/ru/> - Министерство финансов РФ

<http://www.fedsfm.ru/> - Федеральная служба по финансовому мониторингу

<http://www.nalog.ru/> - Федеральная налоговая служба

<http://www.customs.ru/> - Федеральная таможенная служба

<http://www.rosfinnadzor.ru/> - Федеральная служба финансово-бюджетного надзора

<http://www.roskazna.ru/> - Казначейство РФ

<http://www.ach.gov.ru/> - Счетная палата РФ

<http://government.ru/> - Правительство РФ

### **Информационные агентства:**

[www.reuters.com](http://www.reuters.com) -Reuters

[www.bridge.com](http://www.bridge.com)-Bridge Information System

[www.cqg.com](http://www.cqg.com)-CQG International

[www.bloomberg.com](http://www.bloomberg.com) –Bloomberg

[www.afxpress.com](http://www.afxpress.com)-AFX

[www.cnn.com](http://www.cnn.com)-CNN

[www.ft.com](http://www.ft.com)-Financial Times

[www.nytimes.com](http://www.nytimes.com) -New York Times

[www.economist.com](http://www.economist.com)-The Economist

[www.wsj.com](http://www.wsj.com)-Wall Street Journal

[www.fortune.com](http://www.fortune.com) -Fortune

[www.k2kapital.com](http://www.k2kapital.com)-K2Kapital

[www.rsoft.ru/telerate](http://www.rsoft.ru/telerate) -Telerate International Inc

[www.prime-tass.ru](http://www.prime-tass.ru)-ИА "Прайм-Тасс"

[www.finmarket.ru](http://www.finmarket.ru)-ИА "Финмаркет"

[www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)-ИА "Росбизнесконсалтинг"

[www.akm.ru/rus/default.stm](http://www.akm.ru/rus/default.stm)-AK&M

## 11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении курса «Ценообразование» необходимо руководствоваться требованиями ФГОС ВПО и рабочей программой, составленной согласно Стандарту.

Рабочая программа дисциплины предусматривает следующие виды и формы аудиторной и внеаудиторной работы:

Лекции: **24 часа** (1,5 часа в неделю).

Организация деятельности студента:

- По темам всех лекций имеются презентации.
- Отдельно старосте группы выдается список рекомендуемой литературы, имеющейся в библиотеке ИАТЭ, для изучения тем по курсу.

Студент должен иметь лекционную тетрадь, где оформляет конспект лекций: кратко, схематично, последовательно фиксирует основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечает важные мысли, выделяет ключевые слова, термины. Проверка и уточнение терминов, понятий осуществляется студентом самостоятельно с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. При подготовке к занятиям необходимо обозначить вопросы, термины, материал, вызывающие трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации.

Практические занятия: **32 часа** (2 часа в неделю).

Практические занятия предназначены для привития умений и навыков, а также для овладения методологией экономических расчётов, что необходимо для будущей работы в реальном бизнесе. Результаты практических занятий должны содержать решение задач по определенным темам.

Контрольные работы.

Подготовка к контрольным работам предполагает проработку лекционного материала, составление в рабочих тетрадях вспомогательных схем для наглядного

структурирования материала с целью упрощения его запоминания. Необходимо обращать внимание на основную терминологию, классификации, отличительные особенности, наличие соответствующих связей между отдельными процессами в финансовой сфере и в сфере финансового анализа деятельности организаций. В зависимости от полноты освоения материала контрольная работа может проводиться в форме письменного ответа на теоретические вопросы и решения задач, а также в формате теста.

Подготовка доклада и презентации для участия в «круглом столе».

Основные этапы подготовки доклада

- выбор темы;
- консультация преподавателя;
- подготовка плана доклада;
- работа с источниками и литературой, сбор материала;
- написание текста доклада;
- оформление рукописи и предоставление ее преподавателю до начала доклада, что определяет готовность студента к выступлению;
- выступление с докладом, ответы на вопросы.

Тематика доклада предлагается преподавателем. Доклад должен быть подготовлен в печатной форме.

Технические требования к тексту доклада: шрифт 14, интервал 1,5, объем – 4-5 листов.

Текст доклада должен иметь титульный лист, оформленный в соответствии с образцом, имеющимся на кафедре, и содержать Ф.И.О. студента, Ф.И.О. преподавателя, название дисциплины, тему доклада, год выполнения, план доклада. Доклад должен содержать правильно оформленные ссылки на использованные источники и литературу. Доклад представляется в виде устного выступления и показа презентации.

Общие рекомендации к презентации:

- Шрифты с засечками читаются легче, чем гротески (шрифты без засечек);
- Для основного текста не рекомендуется использовать прописные буквы.
- Шрифтовой контраст можно создать посредством: размера шрифта, толщины шрифта, начертания, формы, направления и цвета.
- Цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов.

- Существуют не сочетаемые комбинации цветов.
- На полосе не должно быть больше семи значимых объектов, так как человек не в состоянии запомнить за один раз более семи пунктов чего-либо.
- Дизайн должен быть простым, а текст — коротким.

Рекомендации по оформлению и представлению на экране материалов различного вида.

- цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза;
- тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial, Tahoma, Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем;
- курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.
- рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать ее в более наглядном виде;
- желательно избегать в презентации рисунков, не несущих смысловой нагрузки, если они не являются частью стилевого оформления;
- цвет графических изображений не должен резко контрастировать с общим стилевым оформлением слайда;
- иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом;
- если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем;
- анимационные эффекты используются для привлечения внимания слушателей или для демонстрации динамики развития какого-либо процесса. В этих случаях использование анимации оправдано, но не стоит чрезмерно насыщать презентацию такими эффектами, иначе это вызовет негативную реакцию аудитории.
- стиль может включать: определенный шрифт (гарнитура и цвет), цвет фона или фоновый рисунок, декоративный элемент небольшого размера и др.;
- не рекомендуется использовать в стилевом оформлении презентации более 3 цветов и более 3 типов шрифта;
- оформление слайда не должно отвлекать внимание слушателей от его содержательной части;
- все слайды презентации должны быть выдержаны в одном стиле;
- информационных блоков не должно быть слишком много (3-6);
- рекомендуемый размер одного информационного блока — не более 1/2 размера слайда;

- желательно присутствие на странице блоков с разнотипной информацией (текст, графики, диаграммы, таблицы, рисунки), дополняющей друг друга;

- ключевые слова в информационном блоке необходимо выделить;
- информационные блоки лучше располагать горизонтально, связанные по смыслу блоки — слева направо;
- наиболее важную информацию следует поместить в центр слайда;
- логика предъявления информации на слайдах и в презентации должна соответствовать логике ее изложения.

Рекомендации к содержанию презентации.

- на слайдах презентации не пишется весь тот текст, который произносит докладчик (во-первых, в этом случае сам факт произнесения доклада теряет смысл, а во-вторых, длинный текст на слайде плохо воспринимается и только мешает слушанию и пониманию смысла);

- текст на слайде должен содержать только ключевые фразы (слова), которые докладчик развивает и комментирует устно;

- если презентация является основой устного доклада, то по европейским и американским правилам второй слайд должен содержать краткое перечисление всех основных вопросов, которые будут рассмотрены в докладе;

- все схемы и графики должны иметь названия, отражающие их содержание;

- в конце презентации представляется список использованных источников, оформленный по правилам библиографического описания.

Общие правила оформления презентации

Дизайн

Необходимо выбрать готовый дизайн или создать свой так, чтобы он соответствовал теме, не отвлекал слушателей.

Титульный лист

1. Название презентации.
2. Автор: ФИО, студента, место учебы, год.
3. Логотип (по желанию).

Второй слайд «Содержание» – список основных вопросов, рассматриваемых в содержании. Лучше оформить в виде гиперссылок (для интерактивности презентации).

Заголовки

1. Все заголовки выполнены в едином стиле (цвет, шрифт, размер,

начертание).

2. В конце точка НИКОГДА не ставится (наверное, можно сделать исключение только для учеников начальной школы).

3. Анимация, как правило, не применяется.

Текст

1. Форматируется по ширине.

2. Размер и цвет шрифта подбираются так, чтобы было хорошо видно.

3. Подчеркивание НЕ используется, т.к. оно в документе указывает на гиперссылку.

4. Элементы списка отделяются точкой с запятой. В конце обязательно ставится точка.

5. На схемах текст лучше форматировать по центру.

6. В таблицах – по усмотрению автора.

7. Обычный текст пишется без использования маркеров списка:

8. Выделять главное в тексте другим цветом (желательно все в едином стиле).

Графика

1. Используются четкие изображения с хорошим качеством.

2. Лучше растровые изображения (в формате jpg) заранее обработать в любом графическом редакторе для уменьшения размера файла

Требования к оформлению диаграмм

1. У диаграммы должно быть название или таким названием может служить заголовок слайда;

2. Диаграмма должна занимать все место на слайде;

3. Линии и подписи должны быть хорошо видны.

Требования к оформлению таблиц

1. Название для таблицы;

2. Читаемость при невчитываемости;

3. Отличие шапки от основных данных.

Студент должен провести домашнюю репетицию устного выступления с докладом и удостовериться, что по времени доклад укладывается в отведенные для выступления 6-7 минут.

Домашняя (внеаудиторная) подготовка доклада оценивается до 2-х баллов, выступление и ответы на вопросы также до 2-х баллов (характеристика оценки устного выступления дана в п.6.2.4). Итого за выполнение данного задания студент может получить до 4-х баллов.

Самостоятельная работа: **52 часа.**

В рамках часов, отведенных на самостоятельную работу, студент осуществляет следующие виды работы:

1. подготовка к семинарским занятиям;
2. подготовка к контрольным работам и опросам;
3. выполнение индивидуального домашнего задания.

В течение всего семестра студенты самостоятельно прорабатывают материал по предложенным темам. Форма отчетности – конспект. Содержание тем для самостоятельного изучения входит в вопросы промежуточного, текущего и итогового контроля.

Работа с учебной и научной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к модульным контрольным работам, тестированию, зачету и экзамену. Она включает проработку лекционного материала - изучение рекомендованных источников и литературы по тематике лекций, конспектирование монографий и научных статей по темам семинарских занятий.

Конспекты учебной и научной литературы при самостоятельной подготовке к семинарским занятиям должны быть выполнены аккуратно, содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с учебной и научной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (т.е. создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных, значимых мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение проблемных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы, которые содержат и доказательства).

Конспекты лекций и научной литературы в обязательном порядке проверяются преподавателем либо во время семинарского занятия, либо во внеаудиторное время (по усмотрению преподавателя).

Конспекты оцениваются по системе «зачтено/ не зачтено». Оценку «не

зачтено» студент получает при отсутствии конспекта или при его излишнем упрощении.

### Промежуточный контроль: **зачёт**.

Вопросы к зачёту выдаются студентам в электронном и распечатанном виде в начале соответствующего семестра.

Подготовка к зачёту требует более тщательного изучения материала по теме или блоку тем, акцентирования внимания на определениях, терминах, содержании понятий, датах, характеристиках отдельных процессов в финансово-хозяйственной деятельности компании. Как правило, при подготовке к экзамену используется основной учебник, рекомендованный в рабочей программе, а также конспекты лекций и научной литературы, составленные в ходе изучения всего курса.

Студент допускается к зачету или экзамену, если за работу в течение семестра он набрал не менее 36 баллов, при этом выполнил обязательные виды работ: написание эссе, выступление с докладом на «круглом столе», выполнение аналитических заданий, представление конспектов по темам, вынесенным на самостоятельное изучение.

## **12. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Использование информационных технологий при осуществлении образовательного процесса по дисциплине осуществляется в соответствии с утвержденным Положением об Электронной информационно-образовательной среде ИАТЭ НИЯУ МИФИ.

Электронная система управления обучением (LMS) используется для реализации образовательных программ при очном, дистанционном и смешенном режиме обучения. Система реализует следующие основные функции:

- 1) создание и управление классами,
- 2) создание курсов;
- 3) организация записи учащихся на курс;
- 4) предоставление доступа к учебным материалам для учащихся;
- 5) публикация заданий для учеников;
- 6) оценка заданий учащихся, проведение тестов и отслеживание прогресса обучения;

7) организация взаимодействия участников образовательного процесса.

Система интегрируется с дополнительными сервисами, обеспечивающими возможность использования таких функций как рабочий календарь, видео связь, многопользовательское редактирование документов, создание форм опросников, интерактивная доска для рисования. Авторизация пользователей в системе осуществляется посредством корпоративных аккаунтов, привязанных к домену oiate.ru.

### **12.1. Перечень информационных технологий**

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются следующие информационные технологии:

- проведение лекций и практических занятий с использованием слайд-презентаций;
- использование текстового редактора Microsoft Word;
- использование табличного редактора Microsoft Excel;
- организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты и ЭИОС.

### **12.2. Перечень программного обеспечения:**

1. Microsoft Windows 10 Pro для образовательных учреждений, договор №1322эа от 27.10.2020.

2. Microsoft Office 2010 Professional Plus для образовательных учреждений, договор №1322эа от 27.10.2020.

3. Kaspersky Endpoint Security для образовательных учреждений, договор №1322эа от 27.10.2020.

### **12.3. Перечень информационных справочных систем:**

Доступ к электронным библиотечным ресурсам и электронной библиотечной системе (ЭБС) осуществляется посредством специальных разделов на официальном сайте ИАТЭ НИЯУ МИФИ. Обеспечен доступ к электронным каталогам библиотеки ИАТЭ НИЯУ МИФИ, а также электронным образовательным ресурсам (ЭИОС), сформированным на основании прямых договоров с правообладателями учебной и учебно-методической литературы, методических пособий:

1. Информационные ресурсы Сети Консультант Плюс, [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) (информация нормативно-правового характера на основе современных компьютерных и телекоммуникационных технологий);
2. Электронно-библиотечная система НИЯУ МИФИ, [http://libcatalog.mephi.ru/cgi/irbis64r/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=F&I21DBN=BOOK&Z21ID=&P21DBN=BOOK](http://libcatalog.mephi.ru/cgi/irbis64r/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=BOOK&Z21ID=&P21DBN=BOOK);
3. ЭБС «Издательства Лань», <https://e.lanbook.com/>; Договор № 08-22-910 от 16.08.2022. на оказание услуг по предоставлению доступа к базе данных ЭБС «Издательства Лань». Срок действия: с 01.09.2022 по 31.08.2023
4. Базы данных «Электронно-библиотечная система elibrary» (ЭБС elibrary); Договор № SU-353/2023 от 17.11.2022 на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным версиям периодических научных изданий, включенных в состав базы данных «Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU». Срок действия: с 01.01.2023 до 31.12.2023.
5. Электронно-библиотечная система «Айбукс.ru/books.ru», <http://ibooks.ru/home.php?routine=bookshelf>. Договор № 11-22-910 от 22.08.2022 с ООО «Айбукс» на оказание услуг по предоставлению доступа к электронно-библиотечной систем «Айбукс.ru/books.ru» на период с 01.09.2022 по 31.08.2023
6. Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ», <http://urait.ru/>; Договор № 10-22-910 от 16.08.2022 на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе «ЭБС ЮРАЙТ». Срок действия: с 01.09.2022 по 31.08.2023
7. ЭБС «Консультант студента», <https://www.studentlibrary.ru/> ; Договор № 07-22-910 от 17.08.2022 на оказание услуг по предоставлению доступа к комплектам «Медицина, Здравоохранение», «Книги издательства «Феникс», «Издательский дом МЭИ», «Книги издательства «Проспект»: «Иностранные языки», «Естественные науки», «Экономика и управление», «Гуманитарные науки», «Юридические науки», входящим в базу данных «Электронная библиотека технического вуза» (ЭБС «Консультант студента»). Срок действия: 01.09.2022 по 31.08.2023

### **13. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Лекционные аудитории, оснащенные мультимедийным оборудованием.

### **14. Иные сведения и (или) материалы**

#### **14.1. Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Компетентностный подход при освоении дисциплины «» реализуется через использование в учебном процессе активных методов обучения – таких взаимных действий преподавателя и обучающихся, которые побуждают последних к активной мыслительной и практической деятельности в процессе овладения изучаемым материалом.

Применение интерактивных режимов обучения позволяет выстраивать взаимонаправленные информационные потоки: студент – группа студентов – преподаватель.

Используются следующие виды деятельности:

1) Практико-ориентированная деятельность – совместная деятельность подгруппы обучающихся и преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем выполнения аналитических заданий. Позволяет сформировать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи разной направленности.

2) Традиционные технологии (информационные лекции, решение типовых задач на семинарских занятиях) – создание условий, при которых обучающиеся пользуются преимущественно репродуктивными методами при работе с конспектами, учебными пособиями, наблюдая за изучаемыми объектами, выполняя решение задач по типовым методикам.

| <b>№<br/>пп</b> | <b>Наименование<br/>темы<br/>дисциплины</b>           | <b>Вид занятий<br/>(лекция,<br/>семинары,<br/>практически<br/>е занятия)</b> | <b>Количество<br/>во ак. ч.</b> | <b>Наименование<br/>активных и<br/>интерактивных форм<br/>проведения занятий</b>                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1               | Тема 2:<br>Теоретические<br>основы<br>ценообразования | Практические<br>занятия                                                      | 4                               | <u>занятие проводится в<br/>форме дискуссии</u> - форма<br>учебной работы, в рамках<br>которой студенты<br>высказывают свое мнение<br>по проблеме, заданной<br>преподавателем.<br>Проведение дискуссий по<br>проблемным вопросам<br>подразумевает написание<br>студентами эссе, тезисов<br>или реферата по тематике, |

|   |                                          |                      |   |                                                                                                                                                                                                                                         |
|---|------------------------------------------|----------------------|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                          |                      |   | предложенной преподавателем.                                                                                                                                                                                                            |
| 2 | Тема 4: Подходы и методы ценообразования | Лекция               | 1 | <u>Лекция-беседа</u> – форма обучения студентов, в рамках которой предполагается вовлечение слушателей в активную беседу с лектором с целью привлечь их внимание к наиболее важным вопросам изучаемой темы посредством обмена мнениями. |
| 3 | Тема 6: Ценовая политика предприятия     | Лекция               | 4 | <u>Лекция-беседа</u> – форма обучения студентов, в рамках которой предполагается вовлечение слушателей в активную беседу с лектором с целью привлечь их внимание к наиболее важным вопросам изучаемой темы посредством обмена мнениями. |
|   |                                          | Практические занятия | 4 | <u>занятие проводится в форме дискуссии</u> - форма учебной работы, в рамках которой студенты высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.<br>Проведение дискуссий по                                                  |

|  |  |  |  |                                                                                                                             |
|--|--|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  | проблемным вопросам подразумевает написание студентами эссе, тезисов или реферата по тематике, предложенной преподавателем. |
|--|--|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**14.2. Формы организации самостоятельной работы обучающихся (темы, выносимые для самостоятельного изучения; вопросы для самоконтроля; типовые задания для самопроверки)**

**Тема 1. Введение в ценообразование.**

Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

При изучении данной темы студенты должны разобраться с основными понятиями, используемыми при изучении данной учебной дисциплины. Следует изучить сущность категорий «цена» и «ценообразование». Более подробно следует рассмотреть структуру, содержание, цели и задачи дисциплины. Далее необходимо определить место ценообразования в современной системе менеджмента. Также следует уделить внимание анализу современных взглядов ученых на развитие ценообразования.

Ключевые слова: цена, ценообразование, методология, менеджмент, финансовый менеджмент.

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 2. Повторить вопрос: понятие спроса и предположения (учебная дисциплина «Экономическая теория»). Быть готовым к обсуждению этого вопроса в ходе лекции.

**Тема 2. Теоретические основы ценообразования.**

Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

Рассмотрение данной темы необходимо начать с изучения сущности перехода к рыночному ценообразованию. Особое внимание следует уделить рассмотрению понятий, характеризующих теории цены. Рассмотрите место и роль цены в рыночном хозяйстве. Изучите концепции западных экономистов разработанные в системе ценообразования.

Ключевые слова: рыночное ценообразование, централизованное установление, директивное стоимостная теория цены, издержки производства и обращения, формы стоимости.

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 3. Повторить вопрос: Цены, используемые в статистике (учебная дисциплина «Статистика»). Быть готовым к обсуждению этого вопроса в ходе лекции.
- 4.

### **Тема 3. Система цен.**

Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

При рассмотрении данной темы следует обратить внимание на изучение видов цен и их классификацию. Также необходимо уяснить основные отличия между административной и рыночной экономикой. Кроме того, следует остановиться на анализе взаимозависимости цен. Также следует изучить дифференциацию цен в зависимости от обслуживаемой ими сферы товарного обращения.

Ключевые слова: состав цен, структура цен, взаимосвязь цен.

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 4. Повторить вопрос: роль предложения в установлении цены (учебная дисциплина «Экономическая теория»). Быть готовым к обсуждению этого вопроса в ходе лекции.

### **Тема 4. Подходы и методы ценообразования: Россия и мировой опыт.**

Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

Изучение данной темы необходимо начать с уяснения сущности взаимодействия цены, спроса и предложения. Далее следует изучить, что влияет на изменение спроса неценовых факторов. Также следует остановиться на изучении закона спроса и предложения. Кроме того, нужно уделить внимание изучению факторов, оказывающих воздействие на цены, рассмотреть принципы государственного регулирования цен.

Ключевые слова: спрос, предложение, детерминанты, ценовая эластичность.

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к семинару.
4. Подготовиться к работе на лекции по теме 5. Повторить вопрос: понятие и сущность конкуренции на рынке (учебная дисциплина «Экономическая теория»). Быть готовым к обсуждению этого вопроса в ходе лекции.

### **Тема 5. Формирование свободных цен в Российской Федерации.**

#### Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

Главное внимание при изучении данной темы следует сосредоточить на особенность ценообразования на различных типах рынка. Кроме того, необходимо подробно изучить рынки свободной, монополистической, олигополистической конкуренции и понятие чистой монополии. Необходимо также остановиться на изучении ценовой информации и ее роли в принятии решения по ценам.

Ключевые слова: стратегия множественных цен, методы установления цены, процесс ценообразования.

#### Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 6. Повторить вопрос: Роль маркетинга в ценообразование (учебная дисциплина «Маркетинг»). Быть готовым к обсуждению этого вопроса в ходе лекции.

### **Тема 6. Ценовая политика предприятия.**

#### Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

В процессе изучения данной темы важно разобраться, что представляет собой процесс ценообразования в условиях рынка. Также следует изучить факторы, влияющие на установление цены на производимые фирмой товары. Рассмотрите основные методы установления цен. Изучите реакцию на изменение цен со стороны потребителей, конкурентов; реакцию фирмы на изменение цен конкурентами.

Ключевые слова: метод полных издержек, метод прямых затрат, установление цен на новый товар, ценообразование в рамках товарной номенклатуры, инициативные изменения цен.

#### Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.

2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 7. Повторить вопрос: Концепция Дж. М. Кейнса о государственном регулировании экономики (учебная дисциплина «Экономическая теория»). Быть готовым к обсуждению этих вопросов в ходе лекции.

### **Тема 7. Ценовая политика государства.**

#### Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

Рассмотрение данной темы необходимо начать с изучения необходимости регулирования экономики и цен государством. Изучите основные методы регулирования цен и контроля за ценами. Кратко методы регулирования ценообразования в России. При этом следует обратить внимание на изучение особенностей инфляции в экономике России и на ценообразование в условиях инфляции.

Ключевые слова: государственное регулирование, прямое и косвенное регулирование цен, ценообразование и инфляция.

#### Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 8. Повторить вопрос: Особенности ценообразования в РФ (учебная дисциплина «Ценообразование», Лекция №7). Быть готовым к обсуждению этого вопроса в ходе лекции.

### **Тема 8. Ценообразование на мировых рынках в условиях глобализации мирового хозяйства.**

#### Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

При изучении данной темы в первую очередь необходимо рассмотреть общие положения ценообразования в промышленно-развитых странах мира. Изучить причины неэффективности монополизированной и рыночной экономики. Сформулируйте особенности ценообразования и регулирования цен в отдельных странах.

Ключевые слова: монополизированная и рыночная экономика, прямое регулирование цен, контроль над ценами.

#### Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к семинару.

4. Подготовиться к работе на лекции по теме 9. Повторить вопрос: понятие и сущность валютного курса (учебная дисциплина «Экономическая теория»). Быть готовым к обсуждению этого вопроса в ходе лекции.

## **Тема 9. Технология формирования цен на экспортные и импортные товары.**

Рекомендации по составлению и доработке конспекта лекции.

Ознакомление с данной темой следует начать с рассмотрения особенностей формирования и структуры контрактных цен на импортные и экспортные товары. Изучите понятие таможенных пошлин и таможенной стоимости. Рассмотрите влияние валютного курса на экспортные и импортные цены, а также понятие и принципы формирования курсовых разниц. Изучите требования ИНКОТЕРМС2010 при формировании цен на экспортные и импортные товары.

Ключевые слова: таможенные пошлины, таможенная стоимость, курсовые разницы, ИНКОТЕРМС-2010.

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к сдаче дифференцированного зачёта по изученной дисциплине.

### **б) при подготовке к семинарским и практическим занятиям**

В случае подготовки доклада по теме семинара студенту необходимо проинформировать об этом преподавателя, группу и при необходимости проконсультироваться у преподавателя.

## **Тема 2. Теоретические основы ценообразования.**

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить вопросы № 1-3 семинара.
2. Ответить на вопросы тестов по теме семинара.
3. Решить практическую задачу №1. Основная литература: 1,3. Дополнительная литература: 2,4.

## **Тема 3. Система цен.**

Задание для самостоятельной работы:

1. Подготовить доклады по теме №1,2.
1. Изучить вопрос № 4 семинара.

2. Ответить на вопросы тестов по теме семинара.
  2. Решить практическую задачу №2.
- Основная литература: 1,2.  
Дополнительная литература: 3,4.

#### **Тема 4. Подходы и методы ценообразования.**

##### Задание для самостоятельной работы:

1. Подготовить доклады по теме №4, 10.
    1. Изучить вопросы № 1-3 семинара.
    2. Ответить на вопросы тестов по теме семинара.
  2. Решить практические задачи №3,4.
- Основная литература: 1,3.  
Дополнительная литература: 1,2,4.

#### **Тема 5. Формирование свободных цен в РФ.**

##### Задание для самостоятельной работы:

1. Подготовить доклады по теме №27, 30.
    1. Изучить вопросы № 1-3 семинара.
    2. Ответить на вопросы тестов по теме семинара.
  2. Решить практические задачи №5-7.
- Основная литература: 3.  
Дополнительная литература: 4,5.

#### **Тема 6. Ценовая политика предприятия.**

##### Задание для самостоятельной работы:

1. Подготовить доклады по теме №13, 20
    1. Изучить вопросы № 1,2 семинара.
    2. Ответить на вопросы тестов по теме семинара.
  2. Решить практические задачи №10, 11, 16.
- Основная литература: 2,3.  
Дополнительная литература: 1,2.

#### **Тема 7. Ценовая политика государства.**

##### Задание для самостоятельной работы:

1. Подготовить доклады по теме №3,6.
  2. Изучить вопросы № 1-3 семинара.
  3. Ответить на вопросы тестов по теме семинара.

2. Решить практические задачи №13,  
14. Основная литература: 1,3.  
Дополнительная литература: 2,4.

## **Тема 8. Ценообразование на мировых рынках в условиях глобализации мирового хозяйства.**

### Задание для самостоятельной работы:

- 1.Подготовить доклады по теме №26, 29.
    - 1.Изучить вопросы № 1-4 семинара.
    2. Ответить на вопросы тестов по теме семинара.
  2. Решить практические задачи №12, 15, 17.
- Основная литература: 3.  
Дополнительная литература: 4,5.

### **14.3. Краткий терминологический словарь**

**Активное ценообразование** - установление цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и целевого уровня прибыльности.

**Акциз** - косвенный налог, включенный в цену товара и взимаемый с потребителя и устанавливаемый в процентах или абсолютной сумме на единицу измерения.

**Амортизация** - перенесение по частям стоимости основных фондов на выпускаемую продукцию с целью накопления денежных средств для восстановления изношенной части основных фондов.

**Базисная цена** - цена товара, определенного качества, размера, химического состава, являющаяся исходным пунктом цен. Широко используется во внешнеторговой сфере.

**Базисный сорт** - сорт товара, рассматриваемый в контракте в качестве стандартного.

**Биржа валютная** - организационно оформленный и систематически действующий рынок, осуществляющий операции по обмену иностранной валюты.

**Биржа товарная** - рынок оптовой торговли товарами массового производства, которые соответствуют установленным образцам и стандартам, где цены устанавливаются в зависимости от реального спроса и предложения.

**Биржа труда** - организация, осуществляющая посредничество между работниками и предпринимателями при совершении купли-продажи рабочей силы.

**Биржа фондовая** - постоянно действующий и управляемый рынок, на котором продаются и покупаются ценные бумаги.

**Биржа фьючерсная** - форма организации товарных бирж, где торговля ведется фьючерсными контрактами.

**Биржевая котировка** - курсы ценных бумаг или цены товаров биржевой торговли, регистрируемые и публикуемые котировальной комиссией соответствующей биржи.

**Биржевая цена** - цена товаров, реализуемых в порядке биржевой торговли. Сведения о биржевых ценах приводятся в систематических публикациях, бюллетенях бирж, сообщаются в периодических (ежедневных, ежечасных) котировках. Примером биржевой цены может служить котировка Лондонской биржи металлов.

**Валюта цены (валюта сделки, валюта контракта)** - денежная единица, в которой выражена цена товара во внешнеторговом контракте. Валютой цены может быть валюта экспортера или кредитора, валюта импортера или заемщика, а также валюта третьих стран.

**Валютный курс** - цена денежной единицы одной страны, выраженная в денежной единице другой страны или соотношение обмена денежных единиц различных стран. Определяется покупательной способностью валюты, другими политическими и экономическими факторами (состояние платежного баланса, инфляция).

**Величина спроса** - количество конкретной продукции, объем которой может быть приобретен покупателем по установленной или договорной цене.

**Выручка от реализации продукции** - сумма денежных средств, полученных организацией за произведенную продукцию, выполненные работы, оказанные услуги.

**Государственное воздействие косвенное (экономическое регулирование)** - это вмешательство государства в ценообразование, которое обеспечивается применением совокупности способов и средств, способствующих расширению предложения товаров на рынке, увеличению рыночного спроса, управлению доходами населения, регулированию налогов на продукцию.

**Государственное воздействие прямое (административное регулирование)** - участие государства в формировании уровней, структуры и движения цен, установлении определенных правил ценообразования.

**Государственное регулирование рынка и цен** - совокупность мер, принимаемых правительством в процессе участия в системе товарно-денежных отношений: закупка и продажа продукции и услуг.

**Девальвация** - обесцениванию национальной валюты в результате увеличения объемов денежной массы национальной валюты, находящейся в обращении и

осуществляемое за счет эмиссии центрального банка.

**Денежная интервенция** - выбрасывание в обращение дополнительных объемов денежной массы (национальной или иностранной валюты).

**Денежная масса** - объем выпущенных в обращение металлических и бумажных денег (казначейских и банковских билетов).

**Денежная система** - форма организации денежного обращения, сложившаяся исторически в каждой стране и закреплённая национальным законодательством. Включает: денежную единицу, масштаб цен, виды денег, порядок эмиссии денег и их обращения, государственный аппарат, осуществляющий регулирование денежного обращения.

**Денежные реформы** - преобразования денежной системы, проводимые государством с целью упорядочения денежного обращения.

**Денежные средства** - свободная денежная наличность на расчетном, других счетах и в кассе организации.

**Деньги** - товар, используемый в качестве всеобщего эквивалента, посредством которого выражается стоимость всех других товаров. Деньги выполняют функции средства обмена, платежей, измерения стоимости, накопления богатства, мировых денег.

**Диверсификация** - одновременное развитие не исключających друг друга видов производств, расширение номенклатуры и ассортимента производимой продукции в рамках одной организации.

**Договорная цена** - цена, устанавливаемая по договоренности между производителем (продавцом) и потребителем (покупателем) продукции.

**Закон денежного обращения** - экономический закон, определяющий количество денег, необходимый в каждый конкретный момент времени для обеспечения товарного обращения.

**Закон предложения** - повышение цен обычно ведет к росту величины предложения, а снижение цен - к ее уменьшению (прямая зависимость).

**Закон спроса** - повышение цен обычно ведет к уменьшению величины спроса, а снижение цен - к ее увеличению (обратная зависимость).

**Закон стоимости** - основной закон товарного производства. Он выражает взаимосвязи между общественным трудом, стоимостью и ценами товаров. В соответствии с законом производство и обмен товаров совершаются на основе их стоимости, величина которой определяется общественно-необходимыми затратами труда.

**Закон убывающей предельной полезности** - экономический закон, сущность которого заключается в том, что по мере того как потребитель увеличивает

потребление товара или услуги, предельная полезность каждой дополнительной единицы товара или услуги сокращается.

**Законодательство антимонопольное** - система мер, направленных на разрушение монополистических структур, на борьбу с монополизмом. Законодательство определяет понятие монополии, формы ее проявления и устанавливает санкции за злоупотребление господствующим положением на рынке. Одна из задач антимонопольного законодательства - недопущение объединения различных компаний, если в результате возникают преграды для развития конкуренции.

**Заработная плата** - экономические отношения по поводу присвоения части стоимости общественного продукта непосредственно участникам воспроизводственного процесса; цена (вознаграждение), выплачиваемая за использование труда. Различают номинальную и реальную заработную плату. Размер реальной заработной платы отражает фактическую покупательную способность номинальной заработной платы.

**Затратное ценообразование** - ценообразование, принимающий в качестве отправной точки фактические затраты предприятия на производство и сбыт товаров.

**Издержки** - денежное выражение затрат производственных факторов, необходимых для осуществления организацией своей деятельности.

**Издержки обращения** - денежное выражение затрат торговых организаций, связанных с доведением товаров до потребителя; совокупность затрат на сбыт товаров.

**Издержки производства** - совокупность затрат труда на производство продукта.

**Излишек покупателя (потребителя)** - разность между максимальной суммой денег, которую покупатель согласен заплатить за купленное количество товара и суммой денег, которую он фактически заплатил за товар. Можно также сказать, что излишек покупателя - это выраженные в деньгах потери покупателя от отсутствия данного товара на рынке. Концепция потребительского излишка необходима для определения выгоды, получаемой потребителями от приобретения благ. Графически излишек покупателя представляет фигуру, ограниченную линией спроса, линией цены и осью  $U$ . Существует также концепция излишка продавца. Графически он представляет фигуру, ограниченную линией предложения, линией цены и осью  $U$ .

**Инвестиции** - долгосрочные вложения средств как внутри страны, так и за рубежом в целях создания новых и модернизации действующих организаций, освоения новейших технологий и техники, увеличения производства и получения

прибыли.

**Индекс Доу-Джонса (индекс биржевых цен)** - среднее значение курсов акций группы крупнейших компании США; рассчитывается как средняя арифметическая ежедневных котировок определенной группы компаний на момент закрытия биржи.

**Индекс потребительских цен** - выражает динамику стоимости «корзины» потребительских товаров и услуг (продовольственных товаров, жилья, промышленных товаров массового потребления). Данный индекс выступает главным показателем, оценивающим уровень инфляционных процессов в стране; рассчитывается ежемесячно.

**Индекс розничных цен** - показатель динамики уровня цен на розничном рынке, определяемый ежемесячно. Цены на предметы роскоши, как правило, не учитываются.

**Индекс цен** - показатель, характеризующий динамику изменения среднего уровня цен во времени или в территориально-региональном аспекте.

**Инфляция** - процесс повышения общего уровня цен в стране; нарушение действия закона денежного обращения и проявляется в явном или скрытом росте цен.

**Калькуляция** - метод бухгалтерского учета, определенный порядок расчета себестоимости единицы продукции, работ, услуг по установленным статьям расходов в денежном выражении.

**Капитализация** - процесс перехода от прокатных цен (цены, которые формируют текущий доход владельца земли) к капитальным ценам (цены, по которым происходит купля-продажа земли).

**Капитальные вложения** - затраты материальных, трудовых и денежных ресурсов, направленные на восстановление и прирост основных фондов.

**Квазиденьги** - денежные средства в безналичной форме, находящиеся на срочных и сберегательных вкладах в коммерческих банках.

**Квота** - доля в общем производстве или сбыте, устанавливаемая в рамках соглашения для каждого участника. Импортная квота является одним из способов ведения количественных ограничений импорта в протекционистских целях.

**Конкурентоспособность** - способность осуществлять свою деятельность в условиях рыночных отношений и получать при этом прибыль, достаточную для научно-технического совершенствования производства, стимулирования работников и поддержания продукции на высоком качественном уровне.

**Конкурентоспособность товара** - совокупность потребительских свойств данного товара, характеризующая его отличие от товара конкурента по степени соответствия конкретным общественным потребностям, с учетом затрат на их

удовлетворение.

**Конкуренция** - борьба между товаропроизводителями за более выгодные условия производства и сбыта товаров, за получение наибольшей прибыли.

**Концентрация** - сосредоточение производства на крупных предприятиях в рамках каждой отрасли и в более широких границах, включающих производственные предприятия других отраслей.

**Конъюнктура** - совокупность условий, социальная обстановка, положение, сложившиеся в определенный момент в области деловых отношений.

**Конъюнктура рынка** - складывающиеся в определенный период времени и в конкретном месте социально-экономические, торговоорганизационные и другие условия реализации товаров. Основная характеристика - соотношение спроса и предложения.

**Косвенные затраты** - расходы, прямо не относящиеся к выпуску определенного вида продукции.

**Косвенный налог** - налог на товары и услуги, который устанавливается в виде надбавки к цене или тарифу.

**Котировка цен** - установление рыночных курсов (рыночных цен) иностранных валют, ценных бумаг или цен товаров на биржах. Курс валют, ценных бумаг, товаров зависит от соотношения спроса и предложения и многих других факторов (от размеров дивидендов, конъюнктуры рынка). Котировку осуществляют уполномоченные государственные учреждения, специальные органы на валютных, фондовых и товарных биржах, крупные компании и банки - на неорганизованном рынке.

**Кредит** - экономические отношения, обусловленные формированием и использованием временно свободных денежных средств. Принципы кредитования: возвратность, срочность, обеспеченность и платность. Функции: перераспределение средств в хозяйственном обороте, замещение наличных денег, стимулирование производства и экономический контроль. Цена пользования кредитом - ссудный процент (процентная ставка), который зависит от спроса на кредитные ресурсы, от кредитной политики государства и других условий.

**Кумулятивные скидки за объем закупок** - мера снижения стандартной продажной цены, которая гарантируется покупателю, если он приобретет за определенный период времени объем товара свыше договорного предела, и распространяется на объем товара сверх этого предела.

**Курс акций** - фактическая, в отличие от номинальной, стоимость акций на рынке ценных бумаг (фондовой бирже). Этот курс прямо пропорционален норме доходности (приносимому дивиденду) и обратно пропорционален существующему

уровню ссудного процента. Рыночный курс формируется под влиянием соотношения спроса и предложения акций, политических факторов, прогнозов перспектив развития экономики и т.д. Определение курса (котировка) осуществляется на фондовой бирже.

**Курс облигаций** - цена, по которой продаются и покупаются облигации государственных займов. При выпуске государственного займа устанавливается номинальная цена облигации, удостоверяющая, что облигация представляет определенный капитал, временно используемый государством. Эта сумма включается в государственный долг и выплачивается держателями облигаций при погашении. Рыночной является цена, по которой продаются и покупаются облигации на рынке ссудных капиталов.

**Курс ценных бумаг** - цена, по которой продаются и покупаются ценные бумаги. Представляет капитализированный доход; равняется сумме денег, которая при предоставлении ее в кредит приносит в виде процента доход.

**Либерализация** - процесс расширения перечня товаров, цены на которые формируются на свободном рынке, т.е. на эти цены не осуществляется прямое государственное воздействие.

**Маржинальная прибыль удельная** - разница между продажной ценой единицы товара и удельными переменными затратами.

**Маржинальная прибыль совокупная** - разница между выручкой от продажи товаров и переменными затратами на их производство; маржинальная прибыль на весь объем продаж.

**Методика ценообразования** - составной элемент методологии ценообразования; объединяет ряд методов формирования цен; различается для разных уровней управления, для различных видов продукции; имеет свои особенности.

**Методология ценообразования** - это совокупность общих правил, принципов и методов: разработки концепции ценообразования, определения и обоснования цен, формирования системы цен и управления ценообразованием.

**Механизм цен** - формирование и изменение рыночных цен под влиянием столкновения интересов покупателей и продавцов, принимающих свои решения без принуждения извне.

**Модель установления цены** - схема расчета цены на тот или иной товар (услугу); часто представлена в виде компьютерной программы или электронной таблицы, включающих ставки распределения издержке и формулы расчета элементов цены. Это позволяет пользователям принимать решения о ценах на основе информации об издержках и о спросе потребителей.

**Надбавка к цене** - доплата к оптовой или розничной цене сверх предусмотренной

прейскурантом основной цены; устанавливается в зависимости от особых требований покупателя, в частности при выполнении специального, индивидуального заказа, за повышенное качество товара, за степень заводской готовности, отделку изделий, за предоставление дополнительных услуг, поощрительные надбавки.

**Накладные расходы** - расходы на хозяйственное обслуживание производства и управления организацией, являющиеся дополнительными к основным затратам и наряду с ними включаемые в издержки производства.

**Налог** - обязательный платеж, поступающий в бюджет от физических и юридических лиц; это принудительный сбор, платеж, взимаемый государством с имущества и доходов хозяйствующих субъектов, физических лиц для покрытия государственных расходов, решения задач социально-экономической политики.

**Налог на добавленную стоимость** - форма изъятия в бюджет части вновь созданной стоимости, реализуемой в цене товара, услуги, работы.

**Налог на прибыль (доход) предприятий** - это форма платежа, взимаемая с доходов или имущества юридических лиц, характеризующаяся обязательностью, регламентацией размера и сроками внесения.

**Налоги косвенные** - налоги на товары и услуги, оплачиваемые в цене товара или включенные в тариф.

**Налоги прямые** - обязательные налоги, которые взимаются государством непосредственно с доходов и имущества физических и юридических лиц. Например, подоходный налог, налог на прибыль фирмы.

**Налоговая система** - совокупность налогов, взимаемых в государстве.

**Налогообложение** - определенный законодательством страны механизм изъятия части доходов граждан и фирм в пользу государства для оплаты расходов федеральных и местных органов власти.

**Нейтральная стратегия ценообразования** - установление цен, исходя из того соотношения «цена - ценность», которая соответствует большинству других продаваемых на рынке аналогичных товаров.

**Нормативная стоимость земли** - стоимость участка определенного качества и местоположения, исходя из потенциального дохода за расчетный срок окупаемости.

**Обесценение денег** - падение покупательской способности денег по отношению к товарам (внутреннее обесценение) или снижение их валютного курса (внешнее обесценение). Возникает в связи с повышением розничных и оптовых цен и понижением курса национальной валюты по отношению к иностранной.

**Облигация** - ценная бумага, удостоверяющая право ее держателя на получение от

лица, выпустившего облигацию, в предусмотренный срок, ее номинальной стоимости или иного имущественного эквивалента.

**Оборотные средства** - совокупность денежных средств организации, авансируемых для создания оборотных производственных фондов и фондов обращения, обеспечивающих непрерывный кругооборот денежных средств. Это та часть производственных фондов, которая полностью потребляется в каждом производственном цикле и переносит всю свою стоимость на вновь созданную продукцию.

**Объем спроса** - это то количество товара (услуг), которое покупатель готов приобрести при данных условиях в течение определенного промежутка времени.

**Основные фонды** - это часть производственных фондов, которая вещественно воплощена в средствах труда, сохраняет в течение длительного времени свою натуральную форму, переносит по частям стоимость на продукцию и возмещается только после проведения нескольких производственных циклов.

**Отсроченная скидка** - скидка, предоставляемая поставщиком товаров или услуг своим клиентам при условии, что они и в будущем станут покупать услуги и товары у этого поставщика. Скидка предоставляется периодически, по мере того как поставщик убеждается в постоянстве своих клиентов.

**Паритетные цены** - цены, используемые государственными органами США для регулирования соотношений между сельскохозяйственной продукцией и иными товарами (услугами).

**Пассивное ценообразование** - установление цен строго на основе затратного метода или только под влиянием ценовых решений конкурентов.

**Покупательская способность денег** - способность денежной единицы обмениваться на определенное количество товаров и услуг, выражает наполненность денежной единицы в обороте массы товаров и услуг при данном уровне цен и тарифов. Исчисляется в виде индекса, обратного индексу цен.

**Политика кредитной рестрикции** - проводится с целью сокращения общего объема денежных сумм, находящихся в обращении; направлена на сокращение объемов выдаваемых кредитов.

**Политика фиксированных цен** - продажа товаров согласно утвержденному руководством фирмы сборнику цен (прейскуранту).

**Политика цен** - система стандартных правил определения цен для типовых сделок продажи товаров фирмы.

**Прейскурант** - сборник цен на продукцию, утвержденный руководством фирмы.

**Премияльная цена** - цена, превышающая среднюю рыночную на величину премии за репутацию.

**Прибыль** - экономические отношения, связанные с формированием средств, направленных на расширенное воспроизводство; обобщающий показатель финансовых результатов хозяйственной деятельности, определяется как разница между выручкой от реализации в действующих ценах без НДС и акцизов и затратами на производство и реализацию продукции.

**Прямой налог** - налог, взимаемый государством непосредственно с доходов или имущества налогоплательщика.

**Резервный фонд** - фонд, предназначенный для покрытия непредвиденных потерь, вызванных, стихийными бедствиями, балансовыми убытками и т.д.

**Ревальвация** - повышению цены национальной валюты в результате увеличение объемов денежной массы иностранной валюты, осуществляемое центральным банком за счет имеющихся у него валютных резервов или за счет займов у других государств.

**Рентабельность** - конечный результат хозяйственной деятельности за определенный период, выражаемый величиной прибыли. Различают абсолютную и относительную рентабельность. Абсолютная величина рентабельности - масса получаемой прибыли. Относительная величина определяется показателями нормы (уровня) рентабельности: отношением прибыли к производственным фондам; отношением прибыли к себестоимости продукции. Уровень рентабельности выражается в процентах.

**Розница** - товар, продаваемый или покупаемый поштучно или в небольших количествах.

**Рынок покупателя** - ситуация на рынке, когда предложение производителей и продавцов товара превышает спрос на него.

**Рынок труда** - совокупность социально-экономических отношений, возникающих в связи с формированием, обменом и использованием специфического товара рабочей силы - ресурса труда.

**Рыночная стоимость земельного участка** - наиболее вероятная цена продажи участка на конкурентном открытом рынке при осознанных и рациональных действиях в своих интересах покупателя и продавца, которые хорошо информированы и не используют давления чрезвычайных обстоятельств.

**Рыночная стоимость объекта недвижимости** - наиболее вероятная цена, по которой данный объект может быть отчужден на открытом рынке в условиях конкуренции.

**Себестоимость** - экономические отношения по поводу формирования средств, используемых на простое воспроизводство; текущие затраты организации на производство и реализацию продукции, выраженные в денежной форме.

**Система цен** - совокупность действующих в экономике цен, на динамику которой оказывают влияние многие рыночные факторы.

**Скидка ценовая** - метод стимулирования торговли, суть которого состоит в предоставлении производителем возможности оптовым и розничным торговцам, другим клиентам купить товары по более низким ценам, чем преysкуранные. Примеры скидок: скидка за платеж наличными, скидка за количество закупаемого товара, сезонная скидка, бонусная скидка, дилерская скидка.

**Спрос** - это желание и возможность потребителя купить товар или услугу в определенное время и в определенном месте.

**Ставка налоговая** - абсолютная или относительная величина, характеризующая меру участия предприятий и населения своими доходами в формировании государственного бюджета.

**Стоимость** - денежная сумма, которая уплачена при покупке или может быть получена при продаже определенного объема товаров и услуг.

**Структура цены** - удельный вес отдельных элементов в составе цены, выраженный в процентах или долях единицы.

**Тактика ценообразования** - набор конкретных практических мер по управлению ценами на продукцию фирмы, которые используются для решения поставленных перед ценообразованием задач.

**Таможенная пошлина** - денежный сбор, взимаемый государством через сеть таможенных учреждений с товаров при пересечении ими границ страны. Различают вывозные, ввозные и транзитные пошлины. Размер таможенной пошлины определяется тарифом, который содержит списки товаров, облагаемых таможенной пошлиной. Методы определения таможенной стоимости товара: по цене сделки с ввозимыми товарами; по цене сделки с идентичными товарами; по цене сделки с однородными товарами; на основе вычитания стоимости; на основе сложения стоимости; резервный метод.

**Таможенная пошлина импортная** - это пошлина, взимаемая с импортируемых в данную страну товаров и транспортных средств. Различают особые виды таможенных пошлин, применяемых к ввозимым товарам: антидемпинговую, специальную и компенсационную.

**Таможенная пошлина сезонная** - применяется в целях оперативного регулирования ввоза и вывоза отдельных товаров; срок их действия не может превышать 6 месяцев.

**Таможенная пошлина экспортная** - это пошлина, взимаемая с ввозимых через границу данной страны товаров и транспортных средств.

**Тарифы** - цена за услуги (любые нематериальные виды деятельности); система

ставок, по которым взимается плата за услуги. Распространены тарифы: транспортные, связи, коммунальные, таможенные.

**Тарифы грузового и пассажирского транспорта** - плата за перемещение грузов и пассажиров, взимаемая транспортными организациями с отправителей грузов и населения. Затраты грузового транспорта распределяются по 2 ставкам: ставка за начально-конечные операции (погрузка и выгрузка) и ставки за перевозочную операцию (транспортировка грузов).

**Твердая контрактная цена** - зафиксированная на конкретном уровне и привязанная к определенному сроку, указанному в контракте, цена.

**Тендер** - особая форма выдачи заказов на поставку товаров или подрядов на выполнение определенных работ, которая предполагает привлечение предложений от нескольких поставщиков или подрядчиков с целью обеспечения наиболее выгодных коммерческих и других условий сделки для организаторов торгов.

**Торговая надбавка (наценка)** - сумма, на которую продавец может увеличить цену товара по сравнению со стоимостью этого для него самого. У

**Убыточный лидер продаж** - товар, продаваемый фирмой с минимальной прибылью или даже без нее ради привлечения покупателей к покупке других товаров.

**Управляемая цена** - это цена, которая устанавливается отдельными производителями (продавцами) или группой производителей (продавцов). Цена имеет место, если производители (продавцы) обладают определенной властью при установлении цены. Подобной властью обладают монополисты, олигополисты и монополистические конкуренты. Производители (продавцы) могут объединиться, чтобы управлять ценой продукта, создавая картель или заключая соглашение об уровне цены.

**Управляемое ценообразование** - положение, при котором цены на отдельные товары и услуги определяются правительственными органами, официальными или неофициальными картелями поставщиков, а также торговыми ассоциациями, но не рыночными факторами.

**Уровень цены** - цена, по которой продается тот или иной товар.

**Финансы** - экономические отношения, связанные с формированием фондов денежных средств и их движением. Финансы опосредуют расширенное воспроизводство.

**Фонд накопления** - сумма денежных средств из прибыли, направляемая на приобретение основных фондов производственного и непроизводственного назначения и осуществление других капитальных вложений, которые не носят безвозвратный характер, а трансформируются в эквивалентную стоимость другого

имущества.

**Фонд потребления** - сумма денежных средств из прибыли, направляемая на финансирование социальных нужд и материальное стимулирование работников: выплаты премий, несвязанных с производственными показателями, оказание материальной помощи, оплата путевок и т. д.

**Франко** - условия продажи, согласно которым продавец оплачивает расходы, связанные с транспортировкой, страхованием и риском, а также несет таможенные расходы. Виды франко: франко-завод поставщика, франко - вагон (судно) станции (порта) отправления, франко-граница, франко-склад, франко-грузовик, франко-скважина, франко-стройплощадка и др.

**Фрахт** - плата владельцу транспортных средств за перевозку грузов или пассажиров, а также за погрузку и выгрузку; процесс перевозки грузов.

**Функции денег** - формы выражения сущности денег. Обычно выделяют следующие функции: деньги как средство обращения, мера стоимости, средство платежа, средство образования сокровищ, мировые деньги.

**Функционально-стоимостной анализ (ФСА)** - систематизированное исследование потребительских свойств товара с учетом сопоставления функций и стоимости товара; является одним из основных методов ценообразования на Западе; денежной оценке подлежат не отдельные элементы (статьи) затрат на производство и сбыт товара, а функции или функциональные характеристики этого товара.

**Цена** - денежное выражение стоимости товара.

**Цена аукционная** - цена, формирующаяся при продаже реального товара на аукционе; максимальная цена, предложенная за данный товар на аукционном торге.

**Цена безубыточности** - цена товара, при которой производитель может покрывать свои издержки.

**Цена биржевая** - цена, устанавливаемая в результате биржевых торгов; цена, определяемая путем добавления к биржевой котировке надбавки или вычитания скидки в зависимости от места поставки, других условий, предусмотренных биржевыми правилами, отклонений от биржевого стандарта.

**Цена брутто** - цена, исчисленная без учета дополнительных наценок или вычетов. Например, цена акции на фондовом рынке без учета комиссионных, выплачиваемых брокеру.

**Цена временная** - это цена, действующая в течении определенного периода времени.

**Цена государственная** - цена, устанавливаемая государственными органами.

**Цена групповая** - обобщенная цена группы единиц номенклатуры продукции в

контракте комплексной поставки.

**Цена демпинговая** - в соответствии с антидемпинговым законом: экспортная цена, которая ниже, чем на внутреннем рынке страны (на 20 и более %) или ниже мировой цены (на 8 % и более); искусственно заниженная цена продажи, устанавливаемая ниже цены внутреннего рынка (иногда даже ниже издержек производства). Используется с целью вытеснения конкурентов с рынка и увеличения собственных продаж. Использование такой цены является средством нечестной конкуренции, поэтому в большинстве стран контролируется антидемпинговым законодательством.

**Цена единицы товара** - цена, указанная на упаковке, позволяющая произвести пересчет на единицу объема или веса товара с целью сопоставления цен на сходные товары.

**Цена естественная** - цена, установленная на основе издержек производства и сбыта с учетом минимальной доходности капитала; представляет собой минимально возможную цену, способную существовать длительное время. Термин введен Адамом Смитом в книге «Исследование о природе и причинах богатства народов».

**Цена закрытия** - цена последней сделки, зарегистрированная при закрытии срочной биржи по окончании рабочего дня.

**Цена закупочная** - цена, по которой государство закупает сельскохозяйственную продукцию у сельскохозяйственных предприятий, объединений и населения.

**Цена комиссионная** - цена, по которой товары реализуются через комиссионную торговлю.

**Цена кредита** - процентная кредитная ставка, ставка за кредит.

**Цена льготная** - пониженный уровень цены на товар в целях стимуляции продаж, либо цена, дотируемая для отдельных групп покупателей.

**Цена мировая** - денежное выражение интернациональной стоимости единицы реализуемого на мировом рынке товара.

**Цена монопольная** - цена, устанавливаемая на рынке монополистами с целью извлечения сверхприбыли. Устанавливается монополиями на продаваемый или покупаемый ими товар на уровне выше или ниже цены производства или стоимости товара.

**Цена нетто** - цена товара на месте его купли - продажи, с которой не делается скидка; для продавца - фактическая выручка от продаж товара за минусом расходов по исполнению сделки, для покупателя - сумма, уплаченная продавцу.

**Цена номинальная** - стоимость, указанная на ценных бумагах, банкнотах, монетах, бумажных деньгах; цена, измеренная в текущих единицах ценности без поправки

на инфляцию.

**Цена оптовая** - цена товара, продаваемого крупными партиями. Как правило, оптовые цены ниже розничных за счет экономии на торговых издержках.

**Цена открытия** - цена, по которой заключены первые сделки после открытия биржи; первые котировки ценных бумаг.

**Цена отправная** - минимальная цена, на которую соглашается продавец изделия, выставленного на публичном аукционе. Если в ходе торгов уровень отправной цены не достигается, то изделие снимается с аукциона.

**Цена отпускная** - цена, по которой предприятие продает свой товар потребителям; цена на продукцию, отпускаемую заготовительным организациям.

**Цена погашения** - цена, по которой облигации или некоторые виды акций могут быть погашены по желанию эмитента либо после истечения срока.

**Цена покупателя (цена спроса, верхний предел уровня цены)** - цена, по которой покупатель готов приобрести товар. Цена покупателя формируется, исходя из собственных представлений лица, приобретающего товар, о полезности товара, его необходимости, сравнения с аналогичными товарами, моды на товар, уровня доходов покупателя, имеющихся у него в наличии денежных средств.

**Цена потребления** - затраты покупателя на приобретение и обслуживание товара в период его эксплуатации.

**Цена преysкурantная** - цена на продукцию, товары, услуги, зафиксированная в преysкурante фирмы-продавца и используемая при срочных поставках небольших партий товаров либо как базисная. Устанавливается на промышленную, сельскохозяйственную продукцию.

**Цена проникновения на рынок** - низкая цена для товаров или услуг, предназначенная для захвата рынка и увеличения объема продаж; цена, по которой данный товар заведомо найдет спрос на данном сегменте рынка. Такая цена полезна для фирмы, если спрос по цене эластичен.

**Цена равновесная** - цена, по которой продается продукция в момент равновесия между спросом и предложением товара на рынке.

**Цена разовая** - цена на продукцию производственно-технического назначения, изготавливаемую по разовым заказам; разовые цены устанавливаются на продукцию, не предназначенную к серийному производству, одновременно изготавливаемую по индивидуальным чертежам для одного заказчика.

**Цена распродажи** - розничная цена реализации ранее не проданного товара или товара, продаваемого не в сезон; например, товаров одежды летнего ассортимента, продаваемого осенью или зимой.

**Цена реализации фактическая (действительная)** - цена, по которой товар

реально продан или продается, реализуется; фактическая (реальная) цена на товары и услуги, формируемая в условиях конкурентного рынка в соответствии со спросом и предложением.

**Цена реальная** - цена, измеренная в постоянных ценах для устранения влияния инфляции.

**Цена регулируемая** - цена, регулируемая государственными органами по определенной номенклатуре продукции. Формы регулирования: установление предельного уровня цены, предельных отклонений от государственных фиксированных цен, нормативов рентабельности.

**Цена розничная** - цена на товар, продаваемый в личное потребление в малых, единичных количествах; цена продажи потребительского товара в розничной торговле.

**Цена с последующей фиксацией** - цена, устанавливаемая при заключении договора, в котором определяются правила ее фиксации.

**Цена сезонная** - изменяющаяся в зависимости от времени года цена (на сельскохозяйственную продукцию, на обувь, на одежду).

**Цена СИФ** (cost, insurance, freight - стоимость, страхование, фрахт)

- цена, в которую включены стоимость товара, все расходы по перевозке и страхованию груза.

**Цена скользящая** - цена, исчисленная в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной (базисной) цены с учетом изменений в издержках производства, произошедших в период действия контракта.

**Цена справедливая** - категория скорее нравственная, чем экономическая; имеет место в правовом государстве; отражает реальные затраты на создание товара, его потребительную стоимость (ценность) и предусматривает разумную, общепринятую для конкретного уровня развития производительных сил и достаточную норму прибыли; является критерием, заключающим в себе уважение к партнеру по сделке, его труду и личному вкладу в результат делового сотрудничества.

**Цена трансфертная** - внутрифирменная цена, применяемая в сделках, расчетах между отдельными подразделениями, филиалами корпораций; как правило, она конфиденциальна.

**Цена фактурная** - цена, указанная в фактуре (счете) на поставленный товар и уровень которой определяется условиями базиса поставки, т.е. включает или нет некоторые издержки обращения.

**Цена ФАС** (*free alongside ship - свободно вдоль борта судна*) - цена товара с учетом транспортных расходов поставщика до погрузки на транспортное судно.

**Цена FOB** (free on board - свободно на борту) - цена товара с учетом транспортных расходов поставщика по доставке товара на транспортное средство.

**Цена франко** - цена товара, определенная с учетом возмещения транспортных расходов по доставке товара до пункта, указанного после слова «франко». Расходы по транспортировке товара во внешнеторговых контрактах обычно определяются на основе международной терминологии коммерческих терминов Incoterms.

**Цена фьючерсная** - цена, сформированная по биржевым фьючерсным сделкам.

**Цена целевая** - это плановая цена готовящегося к выпуску продукта. Обычно целевые цены рассчитываются исходя из уровня цен на уже выпускаемые товары либо аналогичные товары на рынке. Целевую цену корректируют на предполагаемые темпы инфляции, экономию на производственных издержках, изменение по сравнению с аналогом потребительских свойств, функциональность.

**Цена экспортная** - цена товара для поставок на внешний рынок.

**Цена эмиссии** - цена, по которой выпускаются новые акции и которая может отличаться от номинальной цены, либо цена подписки на акции.

**Ценная бумага** - это форма существования капитала, отличная от товарной, производительной и денежной форм, которая может передаваться вместо него, обращаться на рынке **как товар и приносить доход**.

**Ценностное** ценообразование - установление цен, таким образом, чтобы это обеспечивало фирме получение большей прибыли за счет достижения выгодного для нее соотношения «**ценность - затраты**».

**Ценовая дискриминация** - практика продажи идентичных товаров разным покупателям по неодинаковым ценам или продажи товаров большими партиями по более низким ценам, чем цены малых партий.

**Ценовая зона** - узкий диапазон колебаний цен вокруг среднегрупповой цены, входящей в ценовой ряд

**Ценовая конкуренция** - конкурентная борьба, в ходе которой продавцы пытаются привлечь покупателей, снижая цену ниже цены, установленной конкурентами.

**Ценовая стратегия** - стратегия, определяющая порядок установления цены на продукты компании в различных рыночных ситуациях.

**Ценовая стратегия маркетинга** - стратегия рыночного ценообразования на основе комбинации уровня спроса, издержек, конъюнктуры и конкуренции. Виды стратегий: высоких цен («снятие сливок»), низких цен (завоевание рынка), дифференцированных цен.

**Ценовая эластичность спроса** - реакция изменения спроса на изменение цены; показатель, характеризующий, на сколько процентов может измениться спрос на

рынке на данный товар при изменении цены на один процент.

**Ценовой маркетинг** - одна из форм реализации маркетинга, основанная на управлении ценой продукции.

**Ценовой риск** - риск изменения цены товара или финансового инструмента во времени.

**Ценообразование** - процесс многофакторного формирования цен на товары и услуги в условиях рыночной экономики под воздействием спроса и предложения, конкуренции. Ценообразование является важным разделом маркетинга.

**Экономическая ценность товара** - цена лучшего из доступных покупателю альтернативных товаров (цена безразличия) плюс ценность для него тех свойств данного товара, которые отличают его от этой лучшей альтернативы.

**Экономический выигрыш покупателя** - часть общей экономической ценности товара, равная ценности для покупателя тех свойств данного товара, которые отличают последний от лучшей альтернативы.

**Эластичность** - степень реагирования одной переменной величины на изменение другой величины; число, показывающее процентное изменение одной переменной в результате однопроцентного изменения другой переменной.

**Эластичность предложения по цене** - отношение процентного изменения величины предлагаемого товара к процентному изменению цены этого товара.

**Эластичность спроса по цене** - отношение процентного изменения спроса на товар к процентному изменению его цены.

**Эффект цены** - изменение выигрыша фирмы от продажи прежнего объема продукции за счет изменения цены на нее.

## **15. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации обучающихся с ОВЗ с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на

лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента, а также, сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий.

Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.)

С учетом состояния здоровья просмотр кинофильма с последующим анализом может быть проведен дома (например, при необходимости дополнительной звукоусиливающей аппаратуры (наушники)). В таком случае студент предоставляет письменный анализ, соответствующий предъявляемым требованиям.

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки на зачете может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации (например, с использованием программ-синтезаторов речи), а также использование на лекциях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь.

Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания). При необходимости анализа фильма может быть заменен описанием ситуации межкультурного взаимодействия (на основе опыта респондента, художественной литературы и т.д.), позволяющим оценить степень сформированности навыков владения методами анализа и выявления специфики функционирования и развития психики, позволяющими учитывать влияние этнических факторов. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

**Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата** не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент

может воспользоваться кратким конспектом лекции.

При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание.

Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура зачета может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype).

Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры зачета. В таком случае зачет сдается в виде собеседования по вопросам (см. формы проведения промежуточной аттестации для лиц с нарушениями зрения). Вопрос и практическое задание выбираются самим преподавателем.

Примечание: Фонды оценочных средств, включающие типовые задания и методы оценки, критерии оценивания, позволяющие оценить результаты освоения данной дисциплины обучающимися с ОВЗ могут входить в состав РПД на правах отдельного документа.

#### **Программу составил:**

Аброськина Ю.Н., доцент отделения социально-экономических наук,  
кандидат экономических наук, доцент

#### **Рецензенты:**

О.С. Медведева, доцент кафедры менеджмента, Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского, кандидат экономических наук, доцент

С.А. Новосадов, доцент отделения социально экономических наук, кандидат экономических наук, доцент

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

|                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Программа рассмотрена на заседании отделения социально-экономических наук (О) и рекомендована к одобрению Учёным советом ИАТЭ НИЯУ МИФИ (протокол № 9-04/2023 от 20.04.2023)</p> | <p>Руководитель образовательной программы «Цифровой маркетинг и цифровая логистика» направления подготовки 38.03.02 Менеджмент</p> <p>_____ А.А. Кузнецова</p> <p>20 апреля 2023 г.</p> <p>Начальник отделения социально-экономических наук (О)</p> <p>_____ А.А. Кузнецова</p> <p>20 апреля 2023 г.</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|