

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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ по дисциплине

Ценообразование
название дисциплины

для студентов направления подготовки

38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)

профиля «Цифровой маркетинг и цифровая логистика»
код и наименование специализации/профиля(выбрать)

Форма обучения: очная

г. Обнинск 2023 г.

Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – является неотъемлемой частью учебно-методического комплекса учебной дисциплины «Ценообразование» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу данной дисциплины.

Цели и задачи фонда оценочных средств

Целью Фонда оценочных средств является установление соответствия уровня подготовки обучающихся требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Для достижения поставленной цели Фондом оценочных средств по дисциплине «Ценообразование» решаются следующие задачи:

- контроль и управление процессом приобретения обучающимися знаний, умений и навыков предусмотренных в рамках данного курса;
- контроль и оценка степени освоения компетенций предусмотренных в рамках данного курса;
- обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс в рамках данного курса.

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

1.1. В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенций	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
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 У-ПК-3 Уметь: использовать принципы управления проектами 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 У-ПК-7 Уметь: анализировать окружающую среду организации В-ПК-7 Владеть: методами формулирования бизнес-идеи, навыками разработки маркетингового и финансового плана развития бизнеса

1.2. Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОП бакалавриата

Компоненты компетенций, как правило, формируются при изучении нескольких дисциплин, а также в немалой степени в процессе прохождения практик, НИР и во время самостоятельной работы обучающегося. Выполнение и защита ВКР являются видом учебной деятельности, который завершает процесс формирования компетенций.

Место дисциплины и соответствующий этап формирования компетенций в целостном процессе подготовки по образовательной программе можно определить по матрице компетенций, которая приводится в Приложении.

Этапы формирования компетенции в процессе освоения дисциплины:

- **начальный** этап – на этом этапе формируются знаниевые и инструментальные основы компетенции, осваиваются основные категории, формируются базовые умения. Студент воспроизводит термины, факты, методы, понятия, принципы и правила; решает учебные задачи по образцу;
- **основной** этап – знания, умения, навыки, обеспечивающие формирование компетенции, значительно возрастают, но еще не достигают итоговых значений. На этом этапе студент осваивает аналитические действия с предметными знаниями по дисциплине, способен самостоятельно решать учебные задачи, внося коррективы в алгоритм действий, осуществляя коррекцию в ходе работы, переносит знания и умения на новые условия;
- **завершающий** этап – на этом этапе студент достигает итоговых показателей по заявленной компетенции, то есть осваивает весь необходимый объем знаний, овладевает всеми умениями и навыками в сфере заявленной компетенции. Он способен использовать эти знания, умения, навыки при решении задач повышенной сложности и в нестандартных условиях.

Этапы формирования компетенций в ходе освоения дисциплины отражаются в тематическом плане.

Этапы формирования компетенций в ходе освоения дисциплины отражаются в тематическом плане (см. РПД).

1.3. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индикатор достижения компетенции	Наименование оценочного средства текущей и промежуточной аттестации
Текущая аттестация			
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 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 Задача № 3,4 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 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 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 Задача № 10-12 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 Задача № 13,14 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 Задача № 15 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 Задача № 16 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 Вопросы № 98,99
Промежуточная аттестация			
	Зачёт	-ПК-3, У-ПК-3, В-ПК-3, 3-ПК-7, У-ПК-6, В-ПК-7	Тест

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Конечными результатами освоения программы дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям, которые приведены в п.1.1. Формирование этих дескрипторов происходит в процессе изучения дисциплины по этапам в рамках различного вида учебных занятий и самостоятельной работы.

Выделяются три уровня сформированности компетенций на каждом этапе: пороговый, продвинутый и высокий.

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня	БРС, % освоения	ECTS/Пятибалльная шкала для оценки экзамена/зачета
Высокий <i>Все виды компетенций сформированы на высоком уровне в соответствии с целями и задачами дисциплины</i>	Творческая деятельность	<i>Включает низсостоящий уровень.</i> Студент демонстрирует свободное обладание компетенциями, способен применить их в нестандартных ситуациях: показывает умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического или прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	90-100	A/ Отлично/ Зачтено
Продвинутый <i>Все виды компетенций сформированы на продвинутом уровне в соответствии с целями и задачами дисциплины</i>	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу, большей долей самостоятельности и инициативы	<i>Включает низсостоящий уровень.</i> Студент может доказать владение компетенциями: демонстрирует способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения.	85-89	B/ Очень хорошо/ Зачтено
			75-84	C/ Хорошо/ Зачтено
Пороговый <i>Все виды компетенций сформированы на пороговом уровне</i>	Репродуктивная деятельность	Студент демонстрирует владение компетенциями в стандартных ситуациях: излагает в пределах задач курса теоретически и практически контролируемый материал.	65-74	D/Удовлетворительно/ Зачтено
			60-64	E/Посредственно /Зачтено
Ниже порогового	Отсутствие признаков порогового уровня: компетенции не сформированы. Студент не в состоянии продемонстрировать обладание компетенциями в стандартных ситуациях.		0-59	Неудовлетворительно/ Не зачтено

Оценивание результатов обучения студентов по дисциплине осуществляется по регламенту текущего контроля и промежуточной аттестации.

Критерии оценивания компетенций на каждом этапе изучения дисциплины для каждого вида оценочного средства и приводятся в п. 4 ФОС. Итоговый уровень сформированности компетенции при изучении дисциплины определяется по таблице. При этом следует понимать, что граница между уровнями для конкретных результатов освоения образовательной программы может смещаться.

Уровень сформированности компетенции	Текущий контроль	Промежуточная аттестация
высокий	высокий	высокий
	<i>продвинутый</i>	<i>высокий</i>
	<i>высокий</i>	<i>продвинутый</i>
продвинутый	<i>пороговый</i>	<i>высокий</i>
	<i>высокий</i>	<i>пороговый</i>
	продвинутый	продвинутый
	<i>продвинутый</i>	<i>пороговый</i>
	<i>пороговый</i>	<i>продвинутый</i>
пороговый	пороговый	пороговый
ниже порогового	пороговый	ниже порогового
	ниже порогового	-

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков 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.

Недели	Этап рейтинговой системы / Оценочное средство	Балл	
		Минимум	Максимум
1-16	Текущая аттестация	36	60
7-8	Контрольная точка №1	18	30
2,8	Доклады	2	5
1-8	Решение задач	8	10
1-8	Тест	8	15
15-16	Контрольная точка №2	18	30

9-14	Доклады	2	5
9-16	Решение задач	8	10
9-16	Тест	8	15
	Промежуточная аттестация	24	40
-	Зачёт с оценкой	-	-
-	Тест	24	40
	Итого по дисциплине	60	100

* 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

4.Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков

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

Направление	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль	Цифровой маркетинг и цифровая логистика
Дисциплина	Ценообразование

ВОПРОСЫ К ЗАЧЁТУ

1. Сущность двух противоположных теорий цены.
2. Место и роль цены в рыночной экономике.
3. 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 кейсов, подготовка доклада для участия в семинарском занятии.

За семестр студент может набрать от 36 до 60 баллов.

Минимальный балл за ответ на зачете – 24, максимальный балл – 40.

Составитель _____ Ю.Н. Аброськина
(подпись)

Начальник отделения
социально-экономических наук _____ А.А. Кузнецова
(подпись)

« ____ » _____ 20 ____ г

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

**Темы эссе
(рефератов, докладов, сообщений)**

по дисциплине **Ценообразование**
(наименование дисциплины)

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) писание 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.

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

Комплект задач (заданий)

по дисциплине **«Ценообразование»**

(наименование дисциплины)

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.

Предприятие розничной торговли осуществляет закупку импортных товаров. Таможенная стоимость, пересчитанная в рубли по курсу ЦБ России, составляет 90000 руб., включая таможенные пошлины: НДС, уплачиваемый при таможенном оформлении товара, составляет 20% по 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; дать графическое изображение расчетной и розничной цены товара, сделать выводы.

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.

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 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.

Определить отпускную цену завода-изготовителя, цену «франкожелезнодорожный вагон», цену FOB, КАФ (СФР), СИФ и цену «франкопокупатель, включая пошлину», исходя из следующих данных:

- себестоимость – 20 тыс. руб.
- прибыль – 25% к себестоимости
- перевозка к железнодорожной станции – 2 тыс. руб.
- стоимость услуг экспедитора – 1 тыс. руб.
- страхование при перевозке по железной дороге 2 % от отпускной цены
- 6 – стоимость погрузки в вагон – 2,5 тыс. руб.
- фрахт до порта – 3 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 – 2 тыс. руб.
- расходы на документы – 70 долларов
- расходы на коносамент – 80 долларов
- Морской фрахт до порта назначения – 200 долларов
- страхование (от КАФ) – 3 %
- стоимость перевалки в порту назначения – 100 долларов

Задача 13.

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 14.

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 15.

Продукция поставляется на экспорт. Ниже приведены условные данные в денежных единицах:

- стоимость товара - 1000000
 - доставка в порт отправления - 1000
 - стоимость погрузо-разгрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна - 2000
 - стоимость доставки на борт судна и складирование на судне - 10000
 - стоимость извещения покупателя об отправке товара - 200
 - фрахт порта назначения - 80000
 - стоимость погрузо-разгрузочных работ в стране импортере - 3000
 - доставка на склад покупателя - 500
 - страхование доставки - 1000
- Определите цены ФОБ и СИФ.

Задача 16.

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 17.

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. Определить уровень рентабельности по предприятию.

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.

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

Комплект тестовых заданий

по дисциплине **«Ценообразование»**
(наименование дисциплины)

Вариант 1

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.

Вариант2

1. Что определяет цену товара с позиции потребителя?

- а) сумма денежных средств, затраченных на его покупку;
- б) все расходы, связанные с приобретением и потреблением товара;
- в) полезность товара;
- г) соотношение спроса и предложения товара на рынке.

2. Какая из перечисленных функций цены играет наиболее важную роль в условиях рыночной экономики?

- а) учетная;
- б) распределительная;
- в) стимулирующая;
- г) по сбалансированию спроса и предложения.

3. Каким образом изменится объем спроса, если известно, что коэффициент эластичности равен 1, а цена снизится на 10%?

- а) снизится на 10%;
- б) увеличится на 10%;
- в) снизится на 1%;
- г) увеличится на 1%

4. Производитель обычно поднимает свои цены, если:

- а) имеет незанятые производственные мощности;
- б) не может выполнить все заказы;
- в) стремится увеличить объем заказов;
- г) нет правильного варианта ответа.

5. Полная себестоимость продукции включает в себя:

- а) амортизацию;
- б) акциз;
- в) торговую надбавку;
- г) все вышеперечисленное.

6. Цена-брутто будет являться:

- а) трансфертной ценой;
- б) фактурной ценой;
- в) дистрибьюторской ценой;
- г) твердой (постоянной ценой).

7. Какой из перечисленных методов относится к параметрическим методам ценообразования?

- а) агрегатный;
- б) метод удельных показателей;
- в) балловый;
- г) все являются параметрическими методами.

8. Стратегия нейтрального ценообразования означает:

- а) установление цен примерно на уровне цен фирм-конкурентов;
- б) установление цен со средним по отрасли уровнем прибыли;
- в) установление предельно высокой цены;
- г) установление цен значительно ниже, чем у конкурентов

9. Что не соответствует стадии зрелости изделия?

- а) проводится модифицирование товара;
- б) предприятия стараются не манипулировать ценами;
- в) конкуренция ослабевает;
- г) затраты на производство растут.

10. Показатель, с помощью которого определяется размер фирмы в целях исследования уровня отраслевой концентрации:

- а) доля занятых на предприятии в общей численности занятых в производстве данной продукции;
- б) доля продаж фирмы в общем объеме реализации товара;
- в) доля стоимости активов фирмы в общей стоимости активов всех фирм;
- г) нет верного варианта ответа.

11. Покупателю в условиях инфляции более выгодна:

- а) твердая цена;
- б) подвижная цена
- в) скользящая цена;
- г) розничная цена;
- д) трансферная цена.

12. Снижение цены на товар приводит к значительному росту выручки от продаж в случае:

- а) высокоэластичного спроса;
- б) низкоэластичного спроса;
- в) единичной эластичности;
- г) абсолютно неэластичного спроса;
- д) правильный вариант ответа отсутствует.

13. К методам затратного ценообразования относятся:

- а) метод удельного ценообразования;
- б) калькулирование по полным затратам;
- в) параметрические методы;
- г) агрегатный метод;
- д) правильный вариант ответа отсутствует.

14. К внутренним факторам, оказывающим, влияние на цену относятся...

цели организации
конкуренция
регулирование
Цифровой маркетинг и цифровая логистика

15. 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.

16. Группировка цен по способу получения информации:

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

17. *Группировка цен с учетом фактора времени:*

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

18. *«Ножницы цен» – это:*

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

19. *В состав оптовой цены входит:*

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

20. *Косвенные расходы включают в себя:*

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

21. *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.

22. *Формы воздействия государства на цены:*

- а) прямое и линейное
- б) прямое и косвенное
- в) косвенное и промежуточное.

23. *При исчислении рыночной цены применяют методы:*

- а) основанный на определении полных издержек
- б) ориентирующийся на прямые затраты
- в) ориентирующийся на косвенных затратах

24. *Какая из функций цены в наибольшей степени связана с законом стоимости?*

- а) стимулирующая;
- б) распределительная;
- в) учетная;
- г) нет правильного варианта ответа.

25. *Сокращение предложения товара ведет к увеличению:*

- а) спроса на взаимодополняющие товары;
- б) общей выручки продавца, если спрос на товар является эластичным по цене;
- в) спроса на взаимозаменяемые товары;
- г) нет правильного варианта ответа.

26. *Какие показатели характеризуют систему цен, действующую в экономике России?*

- а) статистические;
- б) состав и структура цены;
- в) состав цены, структура цены, динамика цен;
- г) объем товарооборота.

27. *Точка безубыточности - это:*

- а) цена, при которой предприятие начинает получать прибыль;
- б) объем производства, при котором производитель работает без убытков;
- в) уровень затрат, необходимый для производства продукции;
- г) нет правильного варианта ответа.

28. *По формам продаж цены подразделяются на:*

- а) биржевые котировки;
- б) цены ярмарок и выставок;
- в) аукционные цены;
- г) все вышеперечисленные варианты верны.

29. *Концепция затратного ценообразования основана на:*

- а) сумме постоянных и переменных затрат;
- б) предельных затрат;
- в) общих затрат;
- г) верны все вышеперечисленные варианты ответов.

30. *Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется при:*

- а) высокой эластичности спроса по цене;
- б) низкой эластичности спроса по цене;
- в) данные об эластичности спроса по цене не влияют на ценовую стратегию фирмы;
- г) единичной эластичности.

Вариант 3

1. *Какое из следующих утверждений наиболее соответствует рыночной экономике?*

- а) цены определяются государством;
- б) цены определяются соотношением спроса и предложения;
- в) цены контролируются государством;
- г) нет правильного варианта ответа.

2. *Закон предложения гласит, что:*

- а) существует обратная зависимость между ценой товара и объемом предложения;
- б) существует прямая зависимость между ценой товара и объемом предложения;
- в) эластичность спроса по цене всегда меньше, чем эластичность предложения по цене при данном уровне цены;
- г) эластичность спроса по цене всегда больше, чем эластичность предложения по цене при

данном уровне цены.

3. *Какая черта отличает монополистическую конкуренцию от совершенной (чистой) конкуренции?*

- а) имеются серьезные препятствия для входа на рынок монополистической конкуренции;
- б) конкурирующие фирмы продают разнородный (дифференцированный) товар, а не однородный;
- в) конкурирующие фирмы продают уникальные товары.

4. *Ценовая дискриминация это:*

- а) установление разных цен на один и тот же товар для разных групп потребителей;
- б) установление сезонных цен;
- в) продажа товара по цене ниже себестоимости;
- г) предоставление скидок с цен.

5. *По характеру обслуживаемого оборота выделяют:*

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

6. *В государственных поставках при выборе контрактной цены наибольший риск ложится на поставщика в случае:*

- а) цены по поставкам стандартных товаров;
- б) фиксированной цены;
- в) цены, возмещающей издержки;
- г) нет верного варианта ответа.

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

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

8. *В чем заключается отличие скидок от распродажи по низким ценам?*

- а) при распродаже снижение цены больше;
- б) распродажа имеет меньший период действия;
- в) распродажа помогает сбыть неходовой товар;
- г) все ответы верны.

9. *Уровень инфляции определяется по:*

- а) индексу потребительских цен;
- б) индексу цен производителей;
- в) индексу-дефлятору ВВП;
- г) индексу цен продовольственных товаров.

10. *Основные виды ценовых стратегий – это стратегия:*

- а) высоких цен, средних цен, целевых цен, льготных цен, «следования за лидером»
- б) фиксированных цен, конкурентной борьбы
- в) разовых цен, цены потребления.

11. Учет географического принципа при формировании цен — это процедура установления:

- а) зональных цен;
- б) теневых цен;
- в) цен для стимулирования сбыта;
- г) цен в рамках товарного ассортимента;
- д) трансферных цен.

12. Стратегия дифференцированного ценообразования означает:

- а) продажу товаров в кредит;
- б) продажу товаров по индивидуальной цене каждому покупателю;
- в) продажу товаров по различным ценам разным группам покупателям;
- г) продажу товаров по единым ценам всем покупателям;
- д) продажу разных товаров по различным ценам разным покупателям.

13. Вставьте пропущенное слово: «Ценообразование называется _____, если оно направлено на достижение выгодного для фирмы соотношения затраты/ценность».

- а) пассивным;
- б) активным;
- в) ценностным;
- г) параметрическим;
- д) затратным.

14. Цена товара — это:

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

15. Факторы, которые оказывают влияние на установление цены, — это:

- а) потребители;
- б) правительство;
- в) участники каналов сбыта;
- г) конкуренты;
- д) издержки производства.

\

16. 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.

17. 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.

18. По способу получения информации цены классифицируются на:

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

19. Отпускная цена предприятия состоит из:

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

20. К переменным затратам относятся:

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

21. Стратегия средних цен может быть представлена в виде:

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

22. Затратный механизм установления цены на товар имеет следующие преимущества:

чрезвычайно прост для производителей, так как они имеют больше информации об издержках, чем о потребительском спросе
не учитывает потребительские свойства товаров
является более справедливым по отношению к покупателям
ценовая конкуренция сводится к минимуму

23. Метод, основанный на определении полных издержек состоит в:

- а) суммировании совокупных издержек и прибыли
- б) суммировании постоянных издержек и прибыли
- в) суммировании переменных издержек и прибыли.

2. Какие методы регулирования цен характерны для экономики России?

- а) прямые;
- б) косвенные;
- в) смешанные;
- г) нет правильного ответа.

24. Подавленная инфляция проявляется:

- а) в товарном дефиците;
- б) в повышении уровня цен;
- в) в сокращении сбережений;
- г) никак не проявляется.

25. Скользящая цена — это:

- а) цена, достигшая прежнего уровня после ее понижения или повышения;
- б) цена, исчисленная в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной

- (базисной) цены с учетом изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта;
- в) цена, учитывающая инфляцию издержек;
 - г) цена, при которой производственная фирма может лишь возмещать свои издержки;
 - д) цена, зафиксированная в контракте с оговоркой, что может быть изменена, если в момент поставки рыночные цены изменятся.

26. К какому виду франкировки цен относятся условия поставки товаров, при которых организация-изготовитель оплачивает транспортные расходы по доставке продукции до станции отправления, сдаче-приемке груза и его погрузке в вагон?

- а) франко-склад поставщика;
- б) франко-станция отправления;
- в) франко-вагон — станция отправления;
- г) франко-вагон — станция назначения;
- д) правильный вариант ответа отсутствует.

27. К параметрическим методам ценообразования не относится:

- а) метод удельных показателей;
- б) метод целевой прибыли;
- в) балльный метод;
- г) метод корреляционно-регрессионного анализа;
- д) агрегатный метод.

28. Какую цену необходимо установить на новое изделие, аналогичное выпущенному ранее, если известны следующие данные: цена аналогичного изделия 332,5 руб., величина основного параметра аналогичного изделия — 95, а нового изделия — 105?

- а) 367,5 руб.;
- б) 335,6 руб.;
- в) 1163,7 руб.;
- г) 475,5 руб.;
- д) 284,5 руб.

29. Функции цены в рыночной экономике — это:

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

30. Функции цены в рыночной экономике — это:

- а) измерительная;
- б) учетно-контрольная;
- в) распределительная;

Вариант 4

1. Какие из перечисленных видов цен наиболее адекватны условиям рыночной экономики?

- а) регулируемые цены;
- б) свободные цены;
- в) фиксированные цены;
- г) верны все вышеперечисленные варианты ответа.

2. В каком случае спрос считается неэластичным:

- а) когда изменения цены сопровождаются незначительным изменением количества проданных товаров;
- б) когда процентное изменение цены сопровождается точно таким же процентным изменением количества проданных товаров;
- в) когда небольшие изменения цены приводят к значительным изменениям количества проданных товаров;
- г) изменение цены не влияет на объем продаж

3. Какая конкурентная структура рынка позволяет производителю ослабить ценовое соперничество?

- а) рынок монополистической конкуренции;
- б) рынок чистой конкуренции;
- в) рынок продавца;
- г) нет правильного варианта ответа.

4. Состав цены представляет из себя:

- а) перечень элементов цены, выраженных в абсолютных величинах;
- б) соотношение отдельных элементов цены, выраженное в процентах;
- в) наименование элементов цены;
- г) нет правильного варианта ответа.

5. По степени обоснованности цена может быть:

- а) скользящая;
- б) ступенчатая;
- в) базисная;
- г) сезонная.

6. В качестве мировых цен на продукцию производственно-технического назначения (приборостроение, станки, оборудование) принимаются:

- а) цены каталогов торговых фирм;
- б) внутренние оптовые цены в странах с емким рынком;
- в) биржевые котировки на крупнейших биржах;
- г) цены основных фирм-производителей.

7. Стратегия высоких цен может быть представлена в виде:

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

г) стратегии справедливого ценообразования.

8. Чем отличается стратегия ценообразования, направленная на продажу товаров по низким ценам, от распродажи?

- а) длительностью действия;
- б) величиной цены, по которой продается товар;
- в) ничем не отличается;
- г) нет правильного варианта ответа.

9. Индекс покупательной способности рубля считается:

- а) только по потребительским товарам;
- б) по потребительским товарам и услугам;
- в) по всей совокупности товаров, включая товары производственно-технического назначения;
- г) нет верного варианта ответа.

10. Особенность оптовых цен:

- а) назначаются на крупные партии товара;
- б) по такой цене товар продается промежуточному потребителю;
- в) по такой цене товар покупается для конечного потребления;
- г) по такой цене товар продается населению;
- д) товар продается со скидкой.

11. Как при прочих равных условиях изменится сумма товарооборота, если для товара характерен эластичный спрос и предполагается некоторое снижение цены за единицу товара?

- а) увеличится;
- б) снизится;
- в) останется без изменения;
- г) возможно незначительное изменение, как в сторону увеличения, так и в сторону снижения;
- д) правильный вариант ответа отсутствует.

12. Каким будет коэффициент ценовой эластичности спроса, если при цене товара, равной 1200 руб. за единицу, ежедневный спрос составлял 270 шт., а при цене 1150 руб. за единицу спрос стал составлять 285 шт.?

- а) 1,1;
- б) 1,3;
- в) 1,8;
- г) 2,1;
- д) 3,1.

13. Система цен – это:

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

14. Группировка цен в зависимости от системы их государственного регулирования:

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

15. Группировка цен по способу их согласования и фиксации:

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

16. 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.

17. По условиям поставки и продажи различают:

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

18. 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.

19. К постоянным затратам относятся:

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

20. 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.

21. Формы прямого вмешательства на ценообразование:

- а) общее замораживание, установление фиксированных цен

- б) создание условий для здоровой конкуренции
- в) разработка специальных правительственных программ.

22. Метод, ориентирующийся на прямые затраты состоит в установлении цены путем:

- а) добавления к постоянным затратам определенной надбавки-прибыли
- б) вычитания из переменных затрат определенной надбавки-прибыли
- в) добавления к переменным затратам определенной надбавки.

23. К эконометрическим методам определения цен относят методы:

- а) текущей цены, «запечатанного конверта»
- б) удельных затрат, регрессионного анализа, балловый, агрегатный
- в) статистический, корреляционный.

24. 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

25. 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.

26. Группировка цен с учетом фактора времени:

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

27. «Зонтик цен» – это:

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

28. В состав цены входит:

- а) прибыль, акциз, НДС;
- б) себестоимость, торговая надбавка;

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

29. К технологическим затратам относятся:

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

30. Ценообразование затратным методом может основываться на:

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

б) критерии оценивания компетенций (результатов):

Количество правильных ответов.

в) описание шкалы оценивания:

Принята следующая система баллов: по 1 баллу за каждое тестовое задание, за тест ставится 0 баллов – если в тесте выбраны не все верные варианты, или среди выбранных вариантов ответа есть ошибочные.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ФОС рассмотрен на заседании отделения социально- экономических наук (О) и рекомендован к одобрению Ученым советом ИАТЭ НИЯУ МИФИ (протокол № 9-04/2023 от 20.04.2023)	Руководитель образовательной программы «Цифровой маркетинг и цифровая логистика» направления подготовки 38.03.02 Менеджмент _____ А.А. Кузнецова 20 апреля 2023 г. Начальник отделения социально-экономических наук (О) _____ А.А. Кузнецова 20 апреля 2023 г.
--	--