

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный аграрный университет»


СОГЛАСОВАНО

Декан экономического факультета

 В.Е. Левичев
« 4 » июля 2016 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 И.А. Косачев
« 8 » июля 2016 г.

Кафедра товароведения и маркетинга

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Ценообразование

Направление
38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Образовательная программа
«Маркетинг»

Уровень высшего образования – бакалавриат
Программа подготовки – прикладной бакалавриат

Барнаул 2016

Рабочая программа учебной дисциплины «Ценообразование» составлена на основе требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 38.03.02 Менеджмент, в соответствии с учебным планом, утвержденным ученым советом университета в:

- 2016 г. по образовательной программе «Маркетинг», для очной и заочной формы обучения.

Рассмотрена на заседании кафедры, протокол №4 от 27.06.2016 г.

Зав. кафедрой,
д.э.н, профессор



И.В. Ковалева

Одобрена на заседании методической комиссии экономического факультета, протокол № 7 от 30 июня 2016 г.

Председатель методической комиссии,
к.п.н., доцент



Н.В. Тумбаева

Составитель:
к.э.н., доцент



Е.В. Сапрыкина

**Лист внесения дополнений и изменений в рабочую программу учебной дисциплины
«Ценообразование»**

на 2017 - 2018 учебный год

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры, протокол № 11 от 29 августа 2017 г.


В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1. изменения не вносились
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Составители изменений и дополнений:

_____	_____	_____
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия
_____	_____	_____
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия

Зав. кафедрой
д.э.н., профессор
ученая степень, ученое звание



Ковалева И.В.
И.О. Фамилия

на 201__ - 201__ учебный год

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры, протокол № __ от _____ 201__ г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Составители изменений и дополнений:

_____	_____	_____
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия
_____	_____	_____
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия

Зав. кафедрой

_____	_____	_____
ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия

на 201__ - 201__ учебный год

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры, протокол № __ от _____ 201__ г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Составители изменений и дополнений:

_____	_____	_____
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия
_____	_____	_____
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия

Зав. кафедрой

_____	_____	_____
ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия

на 201__ - 201__ учебный год

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры, протокол № __ от _____ 201__ г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Составители изменений и дополнений:

_____	_____	_____
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия
_____	_____	_____
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия

Зав. кафедрой

_____	_____	_____
ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия

Оглавление

1. Цель и задачи освоения дисциплины	5
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	5
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины	6
4. Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий	6
5. Тематический план изучения дисциплины	7
6. Образовательные технологии	9
7. Характеристика фондов оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	11
7.1 Характеристика фондов оценочных средств для текущего контроля успеваемости	11
7.2 Характеристика фондов оценочных средств для промежуточной аттестации	18
8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины	20
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	22
Приложения	

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины «Ценообразование» – освоение механизма ценообразования, современных принципов и методов определения и построения различных видов цен, основанных на полном учете потребительских свойств и особенностей товара (продукции), анализе издержек производства и обращения, соотношении спроса и предложения, поведении потребителей (покупателей), конкурентов и других субъектов рынка.

В процессе изучения дисциплины решаются следующие задачи курса:

- освоение теоретических основ сущности и содержания современных принципов и методов ценообразования;
- приобретение практических навыков поиска, анализа и оценки информации для принятия решения об уровне цены и управлении ею;
- приобретение практических навыков по установлению научно обоснованных цен на товары, реализуемые предприятием;
- формирование навыков анализа и моделирования процессов ценообразования.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Ценообразование» относится к Блоку 1 базовой части учебного плана.

Таблица 2.1 – Сведения о дисциплинах, практиках (и их разделах), на которые опирается содержание данной дисциплины

Наименование дисциплин, других элементов учебного плана	Перечень разделов
Экономическая теория	Национальное богатство, отраслевая и секторальная структуры национальной экономики. Государственный бюджет, прямые и косвенные налоги. Закон предложения, закон спроса, равновесие, рынок, равновесная цена. Теории поведения потребителя и производителя (предприятия). Монополия, естественная монополия, ценовая дискриминация. Олигополия, монополистическая конкуренция, сравнительное преимущество. Понятие предприятия, классификация. Внешняя и внутренняя среда. Валовые выручка и издержки. Прибыль бухгалтерская и экономическая. Переменные и постоянные издержки. Общие, средние и предельные величины выручки и издержек, эффективности. Отдача от масштаба производства.
Статистика	Источники статистической информации. Абсолютные и относительные величины. Средние величины. Ряды динамики. Индексы. Статистика продукции. Статистика себестоимости.

Маркетинг	Роль маркетинга в экономическом развитии страны. Товар в маркетинговой деятельности. Комплексное исследование товарного рынка. Формирование товарной политики и рыночной стратегии. Разработка ценовой политики. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
-----------	--

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Таблица 3.1 – Сведения о компетенциях и результатах обучения, формируемых данной дисциплиной

Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной	Коды компетенций в соответствии с ФГОС ВПО	Перечень результатов обучения, формируемых дисциплиной		
		По завершении изучения данной дисциплины выпускник должен		
		знать	уметь	владеть
Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	ПК-9	ценностный и другие подходы к ценообразованию, методы формирования цены, ориентированные на потребителя	осуществлять анализ поведения потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания принципов и методов ценообразования, структур рынков и конкурентной среды отрасли	навыками разработки ценовой политики предприятия с целью формирования спроса и с учетом поведения потребителей экономических благ

4. Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий

Таблица 4.1 – Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий, реализуемой по учебному плану для очной и заочной формы обучения, часов

Вид занятий	Форма обучения		
	очная	заочная	
	программа подготовки		
	полная	полная	ускоренная
1. Аудиторные занятия, всего, часов	44	8	
в том числе:			
1.1. Лекции	24	4	

1.2. Лабораторные работы			
1.3. Практические (семинарские) занятия	20	4	
2. Самостоятельная работа, часов	28	64	
в том числе:			
2.1. Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)			
2.2. Расчетно-графическое задание (РГР)			
2.3. Самостоятельное изучение разделов		20	
2.4. Текущая самоподготовка	19	32	
2.5. Подготовка и сдача зачета (экзамена)	9	4	
2.6. Контрольная работа (К)		8	
Итого часов (стр. 1+ стр.2)	72	72	
Форма промежуточной аттестации*	3	3	
Общая трудоемкость, зачетных единиц	2	2	

- Формы промежуточной аттестации: зачет (З), экзамен (Э).

5. Тематический план изучения дисциплины

5.1 Тематический план изучения дисциплины

Таблица 5.1 – Тематический план изучения дисциплины по учебному плану для очной формы обучения, часов

Наименование темы	Изучаемые вопросы	Объем часов				Форма текущего контроля*
		Лекции	Лабораторные работы	Практические (семинарские) занятия	Самостоятельная работа	
Семестр 6						
Раздел 1. Теоретические основы ценообразования						
Роль цены в условиях рынка	Понятие ценообразования. Цель и задачи, объект и предмет изучения курса. Различные определения цены. Рынок с позиций ценообразования.	1	-	-	1	КЛ, Т
Цена и стоимость, их сущность и взаимосвязь	Влияние закона стоимости на ценообразование в товарном производстве. Теория цены товара как результата оценки его полезности покупателем.	2	-	2	1	КЛ, Т
Функции цены	Понятие функции цены. Учетно-измерительная функция цены. Регулирующая функция цены. Распределительная функция цены. Функция цены как способа рационального размещения производства. Социальная функция цены. Стимулирующая функция цены. Взаимодействие различных функций цены.	2	-	2	2	КЛ, Т
Ценообразующие	Взаимосвязь цены и спроса. Неценовые факторы изменения спроса.	2	-	2	2	КЛ, Т

факторы	Взаимосвязь цены и предложения. Неценовые факторы изменения предложения. Внешние и внутренние факторы ценообразования. Факторы роста и снижения цен.					
Методология ценообразования	Понятие методологии ценообразования. Принципы ценообразования.	1	-	-	1	КЛ, Т
Раздел 2. Формирование и управление ценой продукции (услуг)						
Состав и структура цены	Элементы и структура цены. Состав различных видов цен.	2	-	2	2	КЛ, ИЗ
Виды цен и их классификация	Система цен и их взаимозависимость. Классификация цен по степени влияния органов власти. Классификация цен по направлениям хозяйственной деятельности и отраслевым признакам. Классификация цен в зависимости от территории действия. Классификация цен в зависимости от новизны товара. Классификация цен по способу их фиксации. Классификация цен по степени обоснованности. Классификация цен по времени действия.	4	-	2	1	КЛ, ИЗ
Методы ценообразования	Выбор метода ценообразования. Затратный подход в ценообразовании. Ценностный подход в ценообразовании. Метод ценообразования «средние издержки плюс прибыль». Метод ценообразования, ориентированный на получение целевой прибыли. Метод минимальных затрат при формировании цены. Метод ценообразования на основе «ощущаемой ценности» товара потребителем. Метод ценообразования посредством ориентации на рыночные цены. Метод следования за ценами предприятия – лидера на рынке. Ценообразование на конкурсные проекты. Нормативно-параметрические методы ценообразования.	2	-	2	2	КЛ, ИЗ
Ценовая политика предприятия	Понятие ценовой политики предприятия. Этапы разработки ценовой политики предприятия. Цели предприятия и виды его ценовой политики.	2	-	2	2	КЛ, ИЗ
Государственное регулирование цен	Понятие и цели регулирования цен. Административное (прямое) регулирование цен. Экономическое (косвенное) регулирование ценообразования.	2	-	2	2	КЛ, ИЗ

	Взаимосвязь прямого и косвенного государственного регулирования цен. Государственный контроль цен и тарифов. Ответственность за нарушение государственной дисциплины цен.					
Надбавки и скидки в ценообразовании	Понятие надбавок к ценам. Скидки как элемент тактики ценообразования. Виды скидок к цене. Формирование политики скидок.	2	-	2	1	КЛ, ИЗ
Особенности ценообразования в отдельных отраслях национальной экономики	Ценообразование на потребительские товары и услуги. Ценообразование на продукцию производственно-технического назначения. Ценообразование в агропромышленном комплексе.	2	-	2	2	КЛ, ИЗ
	Подготовка к зачету	x	x	x	9	
	Всего	24	-	20	28	x

*Формы текущего контроля: лабораторная работа (ЛР); контрольная работа (К); расчетно-графическая работа (РГР); домашнее задание (ДЗ); реферат (Р); эссе (Э); коллоквиум (КЛ); тестирование (Т); индивидуальное задание (ИЗ); аудиторная контрольная работа (АКР).

Самостоятельная работа студента проводится в соответствии с тематическим планом изучения дисциплины. Результаты самостоятельной работы студента оцениваются в ходе текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации студентов.

Таблица 5.2 – Вид, контроль выполнения и методическое обеспечение СРС по учебному плану для очной формы обучения, часов

Вид СРС	Количество часов	Контроль выполнения	Методическое обеспечение
Подготовка к тестированию	2	Тестирование	Примерные вопросы тестов
Подготовка к коллоквиуму	13	Коллоквиум	Примерный перечень вопросов для проведения коллоквиума по темам лекционного курса
Выполнение индивидуального задания	4	Представление индивидуального задания на практическом занятии	Перечень периодических научных изданий (раздел 8 данной рабочей программы)
Подготовка к зачету	9	Зачет	Перечень вопросов для письменной сдачи зачета в форме билетов
Итого	28		

Таблица 5.3 – Тематический план изучения дисциплины по учебному плану для заочной формы обучения, часов

Наименование	Изучаемые	Объем часов	Форма
--------------	-----------	-------------	-------

темы	вопросы	Лекции	Лабораторные работы	Практические (семинарские) занятия	Самостоятельная работа	текущего контроля*
Семестр 3						
Раздел 1. Теоретические основы ценообразования						
Роль цены в условиях рынка	Понятие ценообразования. Цель и задачи, объект и предмет изучения курса. Различные определения цены. Рынок с позиций ценообразования.	-	-	-	5	КЛ, К
Цена и стоимость, их сущность и взаимосвязь	Влияние закона стоимости на ценообразование в товарном производстве. Теория цены товара как результата оценки его полезности покупателем.	-	-	-	5	КЛ, К
Функции цены	Понятие функции цены. Учетно-измерительная функция цены. Регулирующая функция цены. Распределительная функция цены. Функция цены как способа рационального размещения производства. Социальная функция цены. Стимулирующая функция цены. Взаимодействие различных функций цены.	1	-	-	5	КЛ, К
Ценообразующие факторы	Взаимосвязь цены и спроса. Неценовые факторы изменения спроса. Взаимосвязь цены и предложения. Неценовые факторы изменения предложения. Внешние и внутренние факторы ценообразования. Факторы роста и снижения цен.	1	-	-	5	КЛ, К
Методология ценообразования	Понятие методологии ценообразования. Принципы ценообразования.	-	-	-	5	КЛ, К
Раздел 2. Формирование и управление ценой продукции (услуг)						
Состав и структура цены	Элементы и структура цены. Состав различных видов цен.	-	-	1	5	КЛ, К
Виды цен и их классификация	Система цен и их взаимозависимость. Классификация цен по степени влияния органов власти. Классификация цен по направлениям хозяйственной деятельности и отраслевым признакам. Классификация цен в зависимости от территории действия. Классификация цен в зависимости от новизны товара. Классификация цен по способу их фиксации. Классификация цен по степени обоснованности.	1	-	-	5	КЛ, К

	Классификация цен по времени действия.					
Методы ценообразования	Выбор метода ценообразования. Затратный подход в ценообразовании. Ценностный подход в ценообразовании. Метод ценообразования «средние издержки плюс прибыль». Метод ценообразования, ориентированный на получение целевой прибыли. Метод минимальных затрат при формировании цены. Метод ценообразования на основе «ощущаемой ценности» товара потребителем. Метод ценообразования посредством ориентации на рыночные цены. Метод следования за ценами предприятия – лидера на рынке. Ценообразование на конкурсные проекты. Нормативно-параметрические методы ценообразования.	1	-	-	5	КЛ, К
Ценовая политика предприятия	Понятие ценовой политики предприятия. Этапы разработки ценовой политики предприятия. Цели предприятия и виды его ценовой политики.	-	-	1	5	КЛ, К
Государственное регулирование цен	Понятие и цели регулирования цен. Административное (прямое) регулирование цен. Экономическое (косвенное) регулирование ценообразования. Взаимосвязь прямого и косвенного государственного регулирования цен. Государственный контроль цен и тарифов. Ответственность за нарушение государственной дисциплины цен.	-	-	1	5	КЛ, К
Надбавки и скидки в ценообразовании	Понятие надбавок к ценам. Скидки как элемент тактики ценообразования. Виды скидок к цене. Формирование политики скидок.	-	-	1	5	КЛ, К
Особенности ценообразования в отдельных отраслях национальной экономики	Ценообразование на потребительские товары и услуги. Ценообразование на продукцию производственно-технического назначения. Ценообразование в агропромышленном комплексе.	-	-	-	5	КЛ, К
	Подготовка к зачету	x	x	x	4	
	Всего	4	-	4	64	x

*Формы текущего контроля: лабораторная работа (ЛР); контрольная работа (К); расчетно-графическая работа (РГР); домашнее задание (ДЗ); реферат (Р); эссе (Э); коллоквиум (КЛ); тестирование (Т); индивидуальное задание (ИЗ); аудиторная контрольная работа (АКР).

Самостоятельная работа студента проводится в соответствии с тематическим планом изучения дисциплины. Результаты самостоятельной

работы студента оцениваются в ходе текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации студентов.

Таблица 5.4 – Вид, контроль выполнения и методическое обеспечение СРС по учебному плану для заочной формы обучения, часов

Вид СРС	Количество часов	Контроль выполнения	Методическое обеспечение
Подготовка к коллоквиуму	52	Коллоквиум	Примерный перечень вопросов для проведения коллоквиума по темам лекционного курса
Выполнение контрольной работы	8	Проверка контрольной работы	Задания и методические указания по выполнению контрольной работы
Подготовка к зачету	4	Зачет	Перечень вопросов для письменной сдачи зачета в форме билетов
Итого	64		

6. Образовательные технологии

По дисциплине «Ценообразование» удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, в соответствии с данной программой составляет 50 процентов.

Лекция – визуализация с применением мультимедийных технологий. Применяется для систематизации и выделения наиболее существенных элементов информации.

Лекция – беседа – диалог с аудиторией. Групповая беседа позволяет расширить круг мнений сторон.

Групповая дискуссия - интерактивная форма проведения занятия, позволяющая включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Анализ деловых ситуаций - проблемное занятие, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы. Анализ деловой ситуации проводится по теме «Состав и структура цены» и предусматривает решение практических задач по определению структуры цены и направлений ее оптимизации.

Ролевая игра - совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Ролевая игра позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи. Ролевая игра проводится по теме «Методы ценообразования», предполагает оценку

бакалаврами преимуществ и недостатков затратного и ценностного подходов при формировании цены.

Таблица 6.1 – Активные и интерактивные формы проведения занятий, используемые на аудиторных занятиях по учебному плану для очной формы обучения

Семестр	Вид занятия	Используемые активные и интерактивные формы проведения занятий	Количество часов*
семестр 6	Л	Лекция – визуализация с применением мультимедийных технологий. Систематизация и выделение наиболее существенных элементов информации	8
	Л	Лекция – беседа – диалог с аудиторией. Групповая беседа позволяет расширить круг мнений сторон	2
	Пр	Групповая дискуссия. Дискуссия развивает навыки межличностной коммуникации	8
	Пр	Анализ деловых ситуаций. Анализ ситуаций позволяет развивать навыки принятия решений	2
	Пр	Проведение ролевой игры. Ролевая игра развивает навыки командной работы	2
Итого			22

*- в одном аудиторном занятии могут сочетаться различные формы проведения занятий.

7. Характеристика фондов оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

7.1 Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости

С целью мотивации студентов к качественному освоению компетенций и достижению результатов обучения, формируемых дисциплиной «Ценообразование», преподавателем используются различные оценочные средства для текущего контроля успеваемости: коллоквиум, тестирование и индивидуальное задание.

Коллоквиум - средство текущего контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Данная устная форма изложения учебного материала бакалавром и его умение синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей, его умение интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения оценивается преподавателем экспертным методом по 4-х балльной шкале (5, 4, 3, 2 балла).

Тест (англ. test – испытание, исследование) – список кратких вопросов, требующих однозначных и конкретных ответов, показывающих уровень

знаний тестируемого. Тестирование знаний проводится в письменной форме по разделу 1. Теоретические основы ценообразования. Результаты тестирования знаний оцениваются по следующей шкале:

- 86 – 100 % правильных ответов – отлично;
- 70 – 85 % правильных ответов – хорошо;
- 51 – 69 % правильных ответов – удовлетворительно;
- 0 – 50 % правильных ответов – неудовлетворительно.

Индивидуальное задание - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой подготовку и публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы. Индивидуальное задание состоит в подготовке сообщения по отдельному аспекту ценообразования в современный период (на основе статьи из специализированной периодической печати) продолжительностью 4 - 5 мин., а также в формулировке 4 – 5 вопроса к материалу статьи. Уровень выполнения данного вида работ оценивается преподавателем экспертным методом по 4-х балльной шкале.

Перечень вопросов для проведения коллоквиума по темам лекционного курса

Раздел 1. Теоретические основы ценообразования

Тема 1. Роль цены в условиях рынка

1. Определите понятие ценообразования. Назовите цель и задачи, объект и предмет изучения курса.
2. Какие различные определения цены Вам известны?
3. Схематично представьте рынок с позиций ценообразования, используя термины «спрос», «предложение», «цена», «максимизация прибыли», «максимизация полезности», «рынок».

Тема 2. Цена и стоимость, их сущность и взаимосвязь

1. В чем проявляется влияние закона стоимости на ценообразование в товарном производстве?
2. Поясните содержание теории цены товара как результата оценки его полезности покупателем.

Тема 3. Функции цены

1. Поясните понятие функции цены.
2. В чем заключается учетно-измерительная функция цены?
3. В чем проявляется регулирующая функция цены?
4. Каковы формы проявления распределительной функция цены?
5. Поясните функцию цены как способа рационального размещения производства.
6. Назовите формы проявления социальной функции цены.

7. Поясните, по каким направлениям проявляется стимулирующая функция цены.

8. Приведите примеры взаимодействия различных функций цены.

Тема 4. Ценообразующие факторы

1. Охарактеризуйте взаимосвязь цены и спроса.

2. Назовите неценовые факторы изменения спроса и поясните влияние каждого из них.

3. В чем проявляется взаимосвязь цены и предложения?

4. Назовите неценовые факторы изменения предложения.

5. Поясните влияние внешних и внутренних факторов на ценообразование.

6. Перечислите факторы роста и снижения цен.

Тема 5. Методология ценообразования

1. Каково соотношение методологии и методики ценообразования?

2. Охарактеризуйте каждый из четырех принципов ценообразования.

Раздел 2. Формирование и управление ценой продукции (услуг)

Тема 6. Состав и структура цены

1. Назовите состав элементов и цены, охарактеризуйте каждый из них.

2. Приведите примеры состава различных видов цен.

3. Каким образом можно влиять на структуру цены с целью повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия?

4. Каковы способы управления ценой продукции (услуг) с целью формирования спроса?

Тема 7. Виды цен и их классификация

1. В чем проявляется взаимозависимость в системе цен?

2. Охарактеризуйте классификацию цен по степени влияния органов власти.

3. Какова характеристика цен по направлениям хозяйственной деятельности и отраслевым признакам?

4. Какие цены в зависимости от территории действия Вам известны?

5. Какие виды цен в зависимости от новизны товара Вы знаете?

6. Охарактеризуйте виды цен по способу их фиксации, по степени обоснованности, по времени действия.

Тема 8. Методы ценообразования

1. В чем заключается затратный подход в ценообразовании?

2. Какова сущность ценностного подхода в ценообразовании?

3. Охарактеризуйте метод ценообразования «средние издержки плюс прибыль».

4. Какова последовательность действий при применении метода ценообразования, ориентированного на получение целевой прибыли?

5. В чем заключается и каковы условия применения метода минимальных затрат при формировании цены?

6. Каковы условия применения метода ценообразования на основе «ощущаемой ценности» товара потребителем?

7. В чем состоят преимущества метода ценообразования посредством ориентации на рыночные цены?

8. В каких случаях применим метод следования за ценами предприятия – лидера на рынке?

9. В чем заключается сущность метода ценообразования на конкурсные проекты?

10. Назовите особенности нормативно-параметрических методов ценообразования и охарактеризуйте последовательность действий при использовании одного из них.

11. Какие методы ценообразования в большей мере связаны с результатами анализа поведения потребителей?

Тема 9. Ценовая политика предприятия

1. Дайте понятие ценовой политики предприятия и охарактеризуйте уровень ее формирования на отечественных предприятиях.

2. Каковы этапы разработки ценовой политики предприятия?

3. Каковы цели предприятия и виды его ценовой политики?

4. Каким образом результаты анализа поведения потребителей влияют на определение ценовой политики предприятия?

Тема 10. Государственное регулирование цен

1. Сформулируйте понятие и цели государственного регулирования цен.

2. Каковы меры административного (прямого) регулирования цен?

3. Каковы инструменты экономического (косвенного) регулирования ценообразования?

4. В чем проявляется взаимосвязь прямого и косвенного государственного регулирования цен?

5. В чем состоит государственный контроль цен и тарифов?

6. Охарактеризуйте ответственность за нарушение государственной дисциплины цен.

Тема 11. Надбавки и скидки в ценообразовании

1. Дайте понятие надбавок к ценам и назовите их виды.

2. Каково предназначение скидок к цене как элемента тактики ценообразования?

3. Какие виды скидок к цене Вы знаете?

4. Охарактеризуйте политику скидок и назовите правила ее формирования.

5. Оцените влияние надбавок и скидок к цене на формирование спроса.

Тема 12. Особенности ценообразования в отдельных отраслях национальной экономики

1. Назовите особенности ценообразования на потребительские товары и услуги?

2. Какова специфика ценообразования на продукцию производственно-технического назначения?

3. Каковы проблемы ценообразования в агропромышленном комплексе и пути их решения?

Примерные вопросы тестов

Раздел 1. Теоретические основы ценообразования

1. Денежное выражение стоимости единицы товара (продукции, услуги, работы) -

2. Экономический закон товарного производства, согласно которому обмен товарами совершается в соответствии с количеством затраченного на их производство общественно необходимого труда -

3. Экономический закон рыночной экономики, который показывает прямую зависимость между ценой и количеством предлагаемого товара -

4. Экономический закон рыночной экономики, который показывает связь между ценами и количеством товаров и услуг, которые могут быть приобретены по каждой из данных цен -

5. Рынок, который характеризуется наличием неограниченного числа продавцов и покупателей – рынок

6. Рынок, на котором имеется один поставщик товара - рынок

7. Рынок, на котором имеется множество (но не неограниченное) производителей, выпускающих разнообразную продукцию и конкурирующих между собой - рынок

8. Рынок, на котором несколько фирм продают стандартизованный или дифференцированный товар, причем доля каждого из них в общих продажах настолько велика, что изменение в количестве предлагаемой продукции одной из фирм ведет к изменению цены - рынок

9. В соответствии с законом предложения с ростом цен предлагаемое количество товара

10. В соответствии с законом спроса, с ростом цен покупаемое количество нормального товара

11. Эластичность предложения по цене показывает, на сколько процентов изменится предлагаемое количество товара, если цена продукта изменится на%.

12. Спрос, при котором сокращение цены на товар на 1% приводит к увеличению объема спроса на него на 2% -

13. Товар, объем спроса на который, увеличивается с ростом дохода при каждом значении цены - товар.
14. Товар, объем спроса на который, падает с ростом дохода потребителей - товар.
15. Два товара, рост продаж одного из которых ведет к падению продаж другого, -.....
16. Два товара, рост продаж одного из которых ведет к росту продаж другого, -
17. Нейтральный товар по отношению к телевизору -
18. Неценовые факторы изменения предложения -
19. Неценовые факторы изменения спроса -
20. Снижение затрат на единицу продукции наблюдается при укрупнении производства - ...
21. Объективное и точное отражение в ценах уровней и динамики общественно необходимых затрат труда на производство товара - функция цены
22. Цены выполняют регулирующую функцию в большей степени на рынке
23. Меры прямого государственного воздействия на сельскохозяйственные рынки -.....
24. Нарушение принципа эквивалентности, равной выгоды в экономических взаимоотношениях между производителями сельскохозяйственной и промышленной продукции в пользу предприятий промышленности -
25. Нерегулируемый диспаритет цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию приводит к сельскохозяйственного производства.

7.2 Характеристика фондов оценочных средств для промежуточной аттестации

Проведение зачета

Ежемесячно проводится аттестация по результатам предшествующих занятий с учетом всех задолженностей и посещаемости. Студенты, которые систематически посещали аудиторные занятия, и персональные достижения которых в ходе осуществления текущего контроля успеваемости оценены на 5 баллов, получают зачет автоматом. Если студенты имеют более низкую успеваемость, то они сдают зачет письменно по билетам.

Примерные вопросы для письменной сдачи зачета в форме билетов

1. Понятие ценообразования. Цель и задачи, объект и предмет изучения курса.
2. Различные определения цены.
3. Рынок с позиций ценообразования.

4. Влияние закона стоимости на ценообразование в товарном производстве.
5. Теория цены товара как результата оценки его полезности покупателем.
6. Понятие функции цены.
7. Учетно-измерительная функция цены.
8. Регулирующая функция цены.
9. Распределительная функция цены.
10. Функция цены как способа рационального размещения производства.
11. Социальная функция цены.
12. Стимулирующая функция цены.
13. Взаимодействие различных функций цены.
14. Взаимосвязь цены и спроса.
15. Неценовые факторы изменения спроса.
16. Взаимосвязь цены и предложения.
17. Неценовые факторы изменения предложения.
18. Внешние и внутренние факторы ценообразования.
19. Факторы роста и снижения цен.
20. Понятие методологии ценообразования.
21. Принципы ценообразования.
22. Элементы и структура цены.
23. Состав различных видов цен.
24. Система цен и их взаимозависимость.
25. Классификация цен по степени влияния органов власти.
26. Классификация цен по направлениям хозяйственной деятельности и отраслевым признакам.
27. Классификация цен в зависимости от территории действия.
28. Классификация цен в зависимости от новизны товара.
29. Классификация цен по способу их фиксации.
30. Классификация цен по степени обоснованности.
31. Классификация цен по времени действия.
32. Выбор метода ценообразования.
33. Затратный подход в ценообразовании.
34. Ценностный подход в ценообразовании.
35. Метод ценообразования «средние издержки плюс прибыль».
36. Метод ценообразования, ориентированный на получение целевой прибыли.
37. Метод минимальных затрат при формировании цены.
38. Метод ценообразования на основе «ощущаемой ценности» товара потребителем.
39. Метод ценообразования посредством ориентации на рыночные цены.
40. Метод следования за ценами предприятия – лидера на рынке.
41. Ценообразование на конкурсные проекты.
42. Нормативно-параметрические методы ценообразования.
43. Понятие ценовой политики предприятия.
44. Этапы разработки ценовой политики предприятия.

45. Цели предприятия и виды его ценовой политики.
46. Понятие и цели регулирования цен.
47. Административное (прямое) регулирование цен.
48. Экономическое (косвенное) регулирование ценообразования.
49. Взаимосвязь прямого и косвенного государственного регулирования цен.
50. Государственный контроль цен и тарифов.
51. Ответственность за нарушение государственной дисциплины цен.
52. Понятие надбавок к ценам.
53. Скидки как элемент тактики ценообразования.
54. Виды скидок к цене.
55. Формирование политики скидок.
56. Ценообразование на потребительские товары и услуги.
57. Ценообразование на продукцию производственно-технического назначения.
58. Ценообразование в агропромышленном комплексе.
59. Проблемы ценообразования в РФ.
60. Направления совершенствования ценообразования в РФ.

8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Список основной учебной литературы

Нормативно-правовые и законодательные акты

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.gzkodeks.ru/>
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://yandex.ru/yandsearch?text>
3. Налоговый Кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.nal-kodeks.ru/>
4. Российская Федерация. Законы. О защите конкуренции: Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ: по состоянию на 18 июля 2011 // Российская газета. – 2011. – 21 августа.
5. Российская Федерация. Законы. О рекламе: Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ: по состоянию на 18 июля 2011 // Российская газета. – 2011. – 15 августа.
6. Российская Федерация. Приказы. Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкурентной среды на товарных рынках: Приказ МАП РФ от 20.12.1996 № 169. Зарегистрировано в Минюсте РФ 10.01.1997 № 1229. – СПб.: Стаун-кантри, 2010. – 27 с.
7. Российская Федерация. Приказы. Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке: Приказ ФАС РФ от 28.04.2010 № 220. Зарегистрировано в Минюсте РФ 02.08.2010 № 18026. – СПб.: Стаун-кантри, 2010. – 27 с.

8. Федеральный закон Российской Федерации от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.rg.ru/2009/12/30/torgovlya-dok.html>

Учебники и учебные пособия

1. Волков О. И. Экономика предприятия: учебное пособие / О. И. Волков, В. К. Скляренко. - 2-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 264 с.
2. Сапрыкина Е.В. Ценообразование и анализ ценовой политики: учебно-методическое пособие. – Барнаул: РИО АГАУ, 2012. – 82 с.
3. Сапрыкина Е.В. Ценообразование [Электронный учебник]: учебно-методическое пособие / Е.В. Сапрыкина; АГАУ. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 574 Кб). – Барнаул: Изд-во АГАУ, 2012. – 1 эл. жестк. диск.
4. Шуляк П.Н. Ценообразование [Электронный учебник]: учебно-практическое пособие / П.Н. Шуляк. – Электрон. текстовые дан. (1 файл). – М.: Дашков и К, 2014. – 196 с. - Режим доступа: <http://e.lanbook.com/view/book/56344/>

Список изданий дополнительной учебной литературы

1. Киселёва Е.Н. Рынок продовольственных товаров: учебное пособие для вузов /Е.Н. Киселёва, О.В. Власова, Е.Б. Коннова. - М.: Вузовский учебник, 2012. - 144 с.
2. Организация инновационной деятельности в АПК: учебник / В. И. Нечаев [и др.]; ред. В. И. Нечаев. - М.: КолосС, 2012. - 296 с.
3. Международный маркетинг: учебное пособие для вузов /ред. Н.А. Нагапетьянц. - М.: Вузовский учебник, 2012. - 292 с.
4. Моргунов В.И. Международный маркетинг [Электронный учебник]: учебник для бакалавров /В.И. Моргунов, С.В. Моргунов. – Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М.: Дашков и К, 2014. – 184 с. - Режим доступа: <http://e.lanbook.com/view/book/44073/>

Периодические научные издания

АПК. Экономика. Управление
 Вестник АГАУ
 Вопросы экономики
 Достижения науки и техники АПК
 Международный сельскохозяйственный журнал
 Региональная экономика: теория и практика
 Справочник экономиста
 Экономика сельского хозяйства России
 ЭКО
 Экономический анализ: теория и практика
 Экономист

Программно-информационные материалы

1. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю – [http:// ak.gks.ru](http://ak.gks.ru)
2. Федеральная служба государственной статистики по Российской Федерации [http:// www.gks.ru](http://www.gks.ru)

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные аудитории, аудитории для проведения практических занятий оснащены средствами для показа мультимедийных презентаций, воспроизведения цифровой аудио- и видео-информации, компьютерной техникой с лицензированным программным обеспечением, пакетами правовых и других прикладных программ по тематике дисциплины.

Приложение № 1 к программе дисциплины
«Ценообразование»

Аннотация дисциплины

«Ценообразование»

Направление **38.03.02 «Менеджмент»**

Цель дисциплины: освоение механизма ценообразования, современных принципов и методов определения различных видов цен, основанных на полном учете потребительских свойств и особенностей товара (продукции), анализе издержек производства и обращения, соотношении спроса и предложения, поведении потребителей (покупателей), конкурентов и других субъектов рынка.

Освоение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций.

№ п/п	Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной
1	Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9)

Трудоемкость дисциплины, реализуемой по учебному плану направления 38.03.02 «Менеджмент» по образовательной программе «Маркетинг»

Вид занятий	Форма обучения		
	очная	заочная	
	программа подготовки		
	полная	полная	ускоренная
1. Аудиторные занятия, всего, часов	44	8	
в том числе:		4	
1.1. Лекции	24		
1.2. Лабораторные работы	-	-	
1.3. Практические (семинарские) занятия	20	4	
2. Самостоятельная работа, часов	28	64	
Всего часов (стр. 1 + стр. 2)	72	72	
Общая трудоемкость, зачетных единиц	2	2	

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Перечень изучаемых тем (основных):

- Роль цены в условиях рынка
- Цена и стоимость, их сущность и взаимосвязь
- Функции цены
- Ценообразующие факторы
- Методология ценообразования
- Состав и структура цены
- Виды цен и их классификация
- Методы ценообразования
- Ценовая политика предприятия
- Государственное регулирование цен
- Надбавки и скидки в ценообразовании
- Особенности ценообразования в отдельных отраслях национальной экономики

Приложение № 2 к программе дисциплины
«Ценообразование»

Список имеющихся в библиотеке университета изданий основной учебной литературы по дисциплине «Ценообразование» по состоянию на «31» марта 2016 года

№ п/п	Библиографическое описание издания	Примечание
1	Волков, О. И. Экономика предприятия: учебное пособие / О. И. Волков, В. К. Скляренко. - 2-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 264 с.	150 экз.
2	Сапрыкина Е.В. Ценообразование и анализ ценовой политики: учебно-методическое пособие / Е.В. Сапрыкина; АГАУ. – Барнаул: Изд-во АГАУ, 2012. - 82 с.	28 экз.
3	Сапрыкина Е.В. Ценообразование [Электронный учебник]: учебно-методическое пособие / Е.В. Сапрыкина; АГАУ. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 574 Кб). – Барнаул: Изд-во АГАУ, 2012. – 1 эл. жестк. диск.	Сайт Алтайского ГАУ ЭК биб-ки
4	Шуляк П.Н. Ценообразование [Электронный учебник]: учебно-практическое пособие / П.Н. Шуляк. – Электрон. текстовые дан. (1 файл). – М.: Дашков и К, 2014. – 196 с. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/view/book/56344/	ЭБС «Лань»

Список имеющихся в библиотеке университета изданий дополнительной учебной литературы по дисциплине «Ценообразование» по состоянию на «31» марта 2016 года

№ п/п	Библиографическое описание издания	Примечание
1	Моргунов В.И. Международный маркетинг [Электронный учебник]: учебник для бакалавров / В.И. Моргунов, С.В. Моргунов. – Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М.: Дашков и К, 2014. – 184 с. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/view/book/44073/	ЭБС «Лань»
2	Организация инновационной деятельности в АПК: учебник / В. И. Нечаев [и др.]; ред. В. И. Нечаев. - М.: КолосС, 2012. - 296 с.	191 экз.

Составитель:

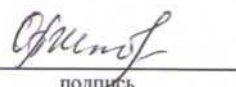
к.э.н., доцент кафедры товароведения
и маркетинга

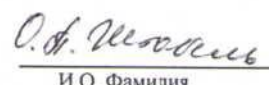


Е.В. Сапрыкина

Список верен

государственный аграрный университет
Барнаул
должность работника библиотеки


подпись


И.О. Фамилия