

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования «Кабардино-Балкарский государственный университет**  
**им. Х.М. Бербекова» (КБГУ)**

Институт права экономики и финансов

Кафедра экономики и учетно-аналитических информационных систем

**УТВЕРЖДАЮ**

Руководитель ОПОП  
Алиш Г.А. Эфендиева  
«30» сентября 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ) ПО**  
**ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**  
**«ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»**

Специальность  
38.05.01 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Специализация  
«Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности»

Квалификация выпускника  
Экономист

Форма обучения  
Очная

Нальчик 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы, описание показателей, критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования 3
2. Методические материалы и типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения профессиональной образовательной программы 6
3. Перечень контрольных заданий и иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности 7

**1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы, описание показателей, критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования**

**Карта компетенций**

**Код и наименование компетенции выпускника**

ОПК-1. Способен использовать знания и методы экономической науки, применять статистико-математический инструментарий, строить экономико-математические модели, необходимые для решения профессиональных задач, анализировать и интерпретировать полученные результаты.

**Код и наименование индикатора достижения компетенций выпускника**

ОПК-1.2. Способен применять знания и методы экономической науки при оценке финансовых инструментов, принятии решений по ценообразованию, инвестированию и страхованию, анализировать и интерпретировать полученные результаты.

**Тип компетенции:** общепрофессиональная компетенция выпускника образовательной программы по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность, специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности», уровень ВО – специалитет.

**1.1. Этапы формирования компетенций и средства оценивания**

Результаты обучения (компетенции)	Основные показатели оценки результатов обучения	Виды оценочных материалов, обеспечивающих формирование компетенций
<b>Код и наименование компетенции выпускника</b> ОПК-1. Способен использовать знания и методы экономической науки, применять статистико-математический инструментарий, строить экономико-математические модели, необходимые для решения профессиональных задач, анализировать и интерпретировать	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– теоретические основы ценообразования;</li> <li>– виды, состав и структуру цен;</li> <li>– методы ценообразования;</li> <li>– закономерности формирования ценовой политики;</li> <li>– стратегии и тактики ценообразования.</li> </ul>	Оценочные материалы для практических занятий. Оценочные материалы для коллоквиума. Оценочные материалы для проведения тестирования. Оценочные материалы для промежуточной аттестации.
	<b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выделять основные ценообразующие факторы;</li> <li>– применить известные методы ценообразования;</li> <li>– обосновывать целесообразность применения различных стратегий и тактических приемов ценообразования;</li> <li>– применять знания и методы экономической науки при</li> </ul>	Оценочные материалы для практических занятий. Оценочные материалы для проведения тестирования. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

полученные результаты.	принятии решений по ценообразованию.	
<b>Код и наименование индикатора достижения компетенций выпускника</b> ОПК-1.2. Способен применять знания и методы экономической науки при оценке финансовых инструментов, принятии решений по ценообразованию, инвестированию и страхованию, анализировать и интерпретировать полученные результаты.	<b>Владеть:</b> – навыками формирования цен и управления ими; – методами ценообразования.	Оценочные материалы для практических занятий. Оценочные материалы для проведения тестирования. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

## 1.2. Критерии формирования оценок на различных этапах их формирования

### Текущий и рубежный контроль

Оценка регулярности, своевременности и качества выполнения обучающимся учебной работы по изучению дисциплины в течение периода изучения дисциплины (сумма – не более 70 баллов). Баллы, характеризующие успеваемость обучающегося по дисциплине, набираются им в течение всего периода обучения за изучение отдельных тем и выполнение отдельных видов работ. Общий балл складывается в результате проведения текущего и рубежного контроля по дисциплине:

Этап (уровень)	Первый этап (уровень)	Второй этап (уровень)	Третий этап (уровень)
<b>Баллы</b>	36-50 баллов	51-60 баллов	61-70 баллов
<b>Характеристика</b>	Полное или частичное посещение аудиторных занятий. Частичное выполнение и защита заданий на практических (семинарских) занятиях. Выполнение тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «удовлетворительно»	Полное или частичное посещение аудиторных занятий. Полное выполнение и защита заданий на практических (семинарских) занятиях. Выполнение тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «хорошо»	Полное посещение аудиторных занятий. Полное выполнение и защита заданий на практических (семинарских) занятиях. Выполнение тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «отлично»

### Промежуточная аттестация (зачет)

Оценка	Не зачтено	Зачтено
Баллы	36-60 баллов	61-70 баллов
Характеристика	Обучающийся имеет 36-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля. На зачете не выполнил предложенное преподавателем задание. По итогам промежуточного контроля получил 0 баллов	Обучающийся имеет 36-50 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачете полностью выполнил 1/3 и более предложенного преподавателем задания. По итогам промежуточного контроля получил от 11 до 25 баллов. Обучающийся имеет 51-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачете выполнил одно задание полностью либо частично выполнил 2 из трех заданий. По итогам промежуточного контроля получил от 1 до 10 баллов. Обучающемуся, имеющему 61-70 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, выставляется отметка «зачтено» без сдачи зачета

На первом (начальном) этапе формирования компетенции формируются знания, умения и навыки, составляющие базовую основу компетенции, без которой невозможно ее дальнейшее развитие. Обучающийся воспроизводит термины, факты, методы, понятия, принципы и правила; решает учебные задачи по образцу.

На втором (основном) этапе формирования компетенции приобретает опыт деятельности, когда отдельные компоненты компетенции начинают «работать» в комплексе и происходит выработка индивидуального алгоритма продуктивных действий, направленных на достижение поставленной цели. На этом этапе обучающийся осваивает аналитические действия с предметными знаниями по конкретной дисциплине, способен самостоятельно решать учебные задачи, внося коррективы в алгоритм действий, осуществляя координирование хода работы, переносит знания и умения на новые условия.

Третий (завершающий) этап – это овладение компетенцией. Обучающийся способен использовать знания, умения, навыки при решении задач повышенной сложности и в нестандартных условиях. По результатам этого этапа обучающийся демонстрирует итоговый уровень сформированности компетенции.

**2. Методические материалы и типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения профессиональной образовательной программы**

*Примерный перечень оценочных средств*

<b>№</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>	<b>Краткая характеристика оценочного средства</b>	<b>Представление оценочного средства в фонде</b>
1.	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2.	Устный опрос	Средство 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.	Вопросы по темам/разделам дисциплины, представленные в привязке к компетенциям, предусмотренным РПД
3.	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Фонд тестовых заданий
4.	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
5.	Реферат	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее	Тема рефератов
6.	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
7.	Задача (практическое задание)	Средство оценки умения применять полученные теоретические знания в практической ситуации. Задача (задание) должна быть направлена на оценивание тех компетенций, которые подлежат освоению в данной дисциплине, должна	Комплект задач и заданий

		содержать четкую инструкцию по выполнению или алгоритм действий	
--	--	---	--

### 3. Перечень контрольных заданий и иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности

#### 3.1. Типовые задания для текущего контроля успеваемости Контролируемая компетенция ОПК-1, индикатор достижения компетенции ОПК-1.2.

##### 3.1.1. Задания для практических занятий

#### Тема 1. Цена как экономическая категория.

*Вопросы для устного опроса.*

1. Теоретические основы цены.
2. Основные теоретические концепции цены.
3. Теория трудовой стоимости.
4. Теория факторов производства.
5. Теория предельной полезности.
6. Теория спроса и предложения.
7. Эволюция теории цены.

*Тесты*

Укажите правильный ответ

1. Теория, утверждающая, что основа цены – стоимость, созданная трудом – это теория:

- а) факторов производства
- б) предельной полезности
- в) трудовой стоимости**
- г) спроса и предложения

2. В теорию издержек производства трансформировалась теория:

- а) предельной полезности
- б) факторов производства**
- в) спроса и предложения
- г) трудовой стоимости

3. «Связкой» «полезность – ценность – цена» оперирует теория:

- а) трудовой стоимости
- б) спроса и предложения
- в) предельной полезности**
- г) факторов производства

4. По мнению К. Маркса, цена – это:

- а) денежное выражение стоимости, которое определяется живым трудом наемных работников**
- б) денежное выражение стоимости, которое определяется соотношением спроса и предложения
- в) денежное выражение стоимости, которое определяется издержками

5. В теории факторов производства капитал трактуется как средство:

а) реализации товара

**б) производства**

в) общей прибыли.

## Тема 2. Формирование цен в рыночных условиях и ценообразующие факторы.

*Вопросы для устного опроса.*

1. Определение рыночной (равновесной) цены.
2. Зависимость эластичности спроса от цены и дохода.
3. Факторы рыночного ценообразования.
4. Взаимосвязь установления цены с исследованиями маркетинга.

*Типовая задача по теме.*

Используя данные, приведенные в таблице, постройте графики спроса и предложения, определите равновесную цену. Рассчитайте общую выручку и расходы покупателя, эластичность спроса и предложения.

Цена P, руб.	Спрос Q, тыс. шт.	Предложение Q, тыс. шт.
5	10	–
4	20	–
3,5	–	40
3	30	30
2,5	40	20
2	–	10

*Решение:*

В нашем примере равновесная цена (точка пересечения кривой спроса и предложения) равна 3 руб. (рис. 1).

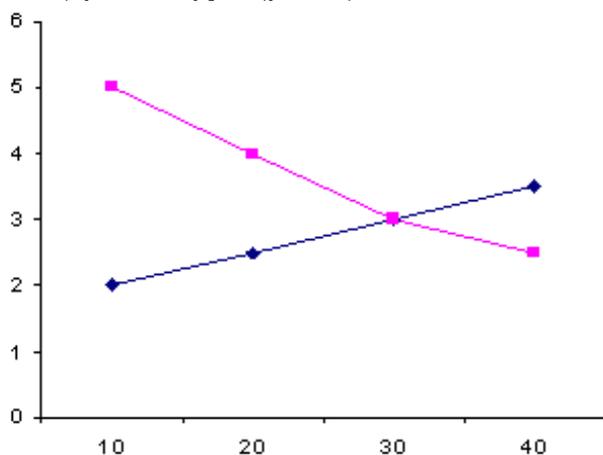


Рис. 1. Формирование рыночной цены:

—♦— предложение, —■— спрос

Расходы покупателя – это спрос, т. е. количество проданного товара, р.

$$5 \times 10 = 50 \quad 3 \times 30 = 90$$

$$4 \times 20 = 80 \quad 2,5 \times 40 = 100$$

$50 + 80 + 90 + 100 = 320$  – расходы покупателя.

Общая выручка – это величина спроса в пределах предложения, р.

$$3 \times 30 = 90 \quad 2,5 \times 20 = 50$$

$90 + 50 = 140$  – общая выручка.

Рассчитаем коэффициенты эластичности спроса:

$$E_{c1} = \frac{(20 - 10)}{(20 + 10)/2} : \frac{(4 - 5)}{(4 + 5)/2} = -3,0$$

$$E_{c2} = \frac{(30 - 20)}{(30 + 20)/2} : \frac{(3 - 4)}{(3 + 4)/2} = -1,4$$

$$E_{c3} = \frac{(40 - 30)}{(40 + 30)/2} : \frac{(2,5 - 3)}{(2,5 + 3)/2} = -1,57$$

$$E_{пр1} = \frac{(30 - 40)}{(30 + 40)/2} : \frac{(3 - 3,5)}{(3 + 3,5)/2} = -1,9$$

$$E_{пр2} = \frac{(20 - 30)}{(20 + 30)/2} : \frac{(2,5 - 3)}{(2,5 + 3)/2} = 2,2$$

$$E_{пр3} = \frac{(10 - 20)}{(10 + 20)/2} : \frac{(2 - 2,5)}{(2 + 2,5)/2} = 3,0$$

Вывод: спрос и предложение эластичны, т. к.  $|E| > 1$ . Равновесная цена равна 3 руб. Общая выручка составит 140 руб., расходы покупателя 320 руб.

### **Тема 3. Виды и функции цен.**

*Вопросы для устного опроса.*

1. Виды и функции цен.
2. Система цен в экономике.
3. Принципы дифференциации цен.
4. Функции цены.
5. Состав и структура цены.

*Типовая задача по теме.*

Себестоимость равна 500 руб.; приемлемая рентабельность составляет 30%; ставка акциза – 10%; ставка НДС – 18%.

Представьте полную структуру отпускной цены.

*Решение.* Цена отпускная

Цена отпускная = Себестоимость + Прибыль изготовителя + Акциз + НДС.

$$П = 0,3 \times 500 = 150 \text{ руб.}$$

$$Ц_{изг.} = 500 + 150 = 650 \text{ руб.}$$

$$A = (650 \times 10\%) / 110\% = 65 \text{ руб.}$$

$$\text{НДС} = (500 + 150 + 65) \times 18\% / 100\% = 128,7 \text{ руб.}$$

$$\text{Ц}_{\text{отп. с НДС}} = 500 + 150 + 65 + 128,7 = 843,7 \text{ руб.}$$

#### **Тема 4. Ценовая политика предприятия.**

*Вопросы для устного опроса.*

1. Цели ценовой политики и принципы ценообразования.
2. Политика цен жизненного цикла товара.
3. Политика цен на новые изделия.
4. Тактические аспекты ценовой политики.
5. Скидки как инструмент ценовой политики фирмы.

*Типовая задача по теме.*

Себестоимость равна 120 руб.; НДС составляет 18%; акциз – 30%; возможный уровень отпускной цены – 400 руб.

Какова рентабельность данного вида продукции?

*Решение.*  $\text{Ц}_{\text{отп.}} = \text{с/с} + \text{П} + \text{А} + \text{НДС}$ .

Так как по условию задачи даны не все элементы отпускной цены, но даны ее уровень и ставка НДС, сначала находим величину НДС в цене в абсолютном выражении:

$$\text{НДС} = \frac{400 \times 18\%}{118\%} = 61 \text{ руб.}$$

Цена без НДС, но с акцизом, равна 339 руб. (400-61).

$$\text{Тогда } A = \frac{339 \times 30\%}{130\%} = 78,2 \text{ руб.}$$

Имея три элемента отпускной цены, находим оставшийся элемент – прибыль:

$$\text{П} = \text{Ц}_{\text{отп.}} - (\text{с/с} + \text{А} + \text{НДС}) = 400 - (120 + 78,2 + 61) = 140,8 \text{ руб.}$$

Следовательно, рентабельность данного вида продукции составит:

$$P = \frac{140,8}{120} \times 100\% = 117,3\%.$$

#### **Тема 5. Ценовые стратегии предприятия.**

*Вопросы для устного опроса.*

1. Этапы разработки ценовой стратегии.
2. Выбор типа ценовой стратегии.
3. Стратегия премиального ценообразования.
4. Стратегия ценового прорыва.
5. Стратегия нейтрального ценообразования.

*Типовая задача по теме.*

Минимальная цена продаж у фирмы 50 руб. за ед. товара. Распределение цен на один и тот же товар составляет от 50 до 70 руб., т.к. существует несколько фирм с разной структурой затрат. На поиск товара с самой низкой ценой (50 руб.) требуется затратить один час. Предположим, что возможные издержки времени покупатель оценивает от 0 до 20 руб. в час.

Какая стратегия будет лучшей для покупателя, а какая – лучшей для продавца?

*Решение.* Предположим, что распределение цен таково, что средний покупатель, не занимающийся поиском и не информированный о ценах, платит за товар 60 руб. покупатель, занимающийся поиском, экономит в среднем 10 руб. (60 руб. – 50 руб.). Таким образом, приобретать товар должны только те покупатели, которые оценивают свои издержки времени менее 10 руб.

Допустим, одни покупатели ищут товар, а другие приобретают его по принципу

случайности. Какую стратегию должна выбрать фирма, минимальная цена продаж для которой составляет 50 руб.?

Фирма должна использовать стратегию снижения цен по принципу случайности, т.е. установление высокой цены (70 руб.) и регулярное ее снижение (до 50 руб.). Важен характер скидки. Для неинформированных покупателей скидки должны быть случайны и нечасты. Тогда они не смогут угадать цену во второй раз и будут приобретать товар случайным образом, обычно платя высокую цену. Информированные покупатели, напротив, подождут, пока смогут приобрести товар по более низкой цене.

## **Тема 6. Методы ценообразования.**

*Вопросы для устного опроса.*

1. Затратное ценообразование. Классификация и калькулирование издержек для ценообразования. Основные методы затратного ценообразования. Релевантные издержки и их использование в ценообразовании. Альтернативные издержки и их учет при определении цен.
2. Ценообразование с учетом ценности товара. Понятие ценности товара и определяющие факторы. Принципы и методы определения чувствительности покупателей к цене.
3. Ценообразование с учетом конкуренции.
4. Метод определения цен на основе равновесия между издержками производства и состоянием рынка.
5. Эконометрические методы определения цен.
6. Трансфертные цены и методы их определения. Метод сопоставимых рыночных цен. Метод цены последующей реализации. Затратный метод. Метод сопоставимой рентабельности. Метод распределения прибыли. Регулирование трансфертного ценообразования в России.

*Типовые задачи по теме.*

*Задача 1.* Определите уровень цены изготовителя за одно изделие и размер прибыли от реализации одного изделия, если приемлемая для изготовителя рентабельность составляет 15%.

Структура себестоимости по статьям калькуляции в расчете на 1000 изделий выглядит следующим образом.

1. Сырье и основные материалы	3000 руб.
2. Топливо и электроэнергия на технологические цели	1500 руб.
3. Оплата труда основных производственных рабочих	2000 руб.
4. Начисления на оплату труда	40% к оплате труда основных производственных рабочих
5. Общепроизводственные расходы	10% к оплате труда основных производственных рабочих
6. Общехозяйственные расходы	20% к оплате труда основных производственных рабочих
7. Расходы на транспортировку и упаковку	5% к производственной себестоимости

*Решение.* 1. Исчисляем в абсолютном выражении косвенные расходы, данные в процентах к оплате труда основных производственных рабочих, на 1000 изделий:

начисления на оплату труда = 2000 руб. × 40% / 100% = 800 руб.;

общепроизводственные расходы = 2000 руб. × 10% / 100% = 200 руб.;

общехозяйственные расходы =  $2000 \text{ руб.} \times 20\% / 100\% = 400 \text{ руб.}$

2. Определяем производственную себестоимость как сумму расходов статей 1-6.  
Производственная себестоимость 1000 изделий =  $3000 + 1500 + 2000 + 800 + 200 + 400 = 7900 \text{ руб.}$

3. Расходы на транспортировку и упаковку =  $7900 \text{ руб.} \times 5\% / 100\% = 395 \text{ руб.}$

4. Полная себестоимость 1000 изделий =  $7900 \text{ руб.} + 395 \text{ руб.} = 8295 \text{ руб.}$ ; полная себестоимость одного изделия =  $8,3 \text{ руб.}$

5. Цена изготовителя на одно изделие =  $8,3 \text{ руб.} + 8,3 \text{ руб.} \times 15\% / 100\% = 9,5 \text{ руб.}$

6. В том числе прибыль от реализации одного изделия =  $8,3 \text{ руб.} \times 15\% / 100\% = 1,2 \text{ руб.}$

**Задача 2.** Фирме необходимо рассчитать отпускную цену на новый автомобиль балльным методом при условии следующих экспертных оценок основных параметров качества:

Автомобили	Параметры					
	Комфортабельность		Надежность		Проходимость	
	Баллы	Коэфф-т весомости	Баллы	Коэфф-т весомости	Баллы	Коэфф-т весомости
Базовый	45	0,2	70	0,4	80	0,4
Новый	50	0,2	83	0,4	80	0,4

Цена базовой модели  $P_0 = 135000 \text{ руб.}$

*Решение.*  $P_1 = \frac{135000 \times (50 \times 0,2 + 83 \times 0,4 + 80 \times 0,4)}{45 \times 0,2 + 70 \times 0,4 + 80 \times 0,4} = 147400 \text{ руб.}$

**Задача 3.** Группе потребителей было предложено оценить ценностную значимость трех марок новых пылесосов путем распределения 100 баллов между ними. Потребители дали следующие комплексные оценки: 42, 33, 25. Средняя цена пылесосов равна 200 тыс. руб.

Определить цену новых пылесосов.

*Решение.* Средняя оценка по данным равна:  $(42+33+25)/3=33$  балла. Для определения цены новых пылесосов исчислим среднюю удельную цену одного балла. Она равна:  $200/33 = 6,06$  тыс. руб. Тогда цена первого пылесоса будет равна:  $6,06 \times 42 = 255$  тыс. руб., цена второго:  $6,06 \times 33 = 200$  тыс. руб., цена третьего:  $6,06 \times 25 = 152$  тыс. руб.

## **Тема 7. Анализ экономической приемлемости изменений цен.**

*Вопросы для устного опроса.*

1. Изменение логики анализа финансовой отчетности для нужд ценообразования.
2. Определение относительного выигрыша в результате управления ценами.
3. Финансовый анализ и маркетинговый план: проблемы согласования.
4. Принятие решений предприятием с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства.
5. Целесообразность снижения и повышения цен.
6. Реакция фирмы на изменение цен конкурентами.

*Типовая задача по теме.*

Компания производит один вид изделия. Согласно годовой смете цена реализации единицы продукции 25 ден. ед. Переменные издержки на единицу продукции 8 ден. ед. Постоянные издержки составляют 210000 ден. ед. Сметная прибыль равна 300000 ден. ед. Уровень прибыли считается неприемлемым, поэтому есть альтернативные предложения:

а) уменьшить цену реализации на 10%; результат – увеличение объема реализации на 6%;

б) увеличить цену реализации на 8%; результат – уменьшение объема на 4%.

Определить:

1) точку безубыточности в объеме реализации и порог безубыточности в доходах от реализации по данным, предусмотренным сметой;

2) по сметным данным рассчитать, на какую величину в процентном выражении необходимо изменить цену реализации, чтобы получить прибыль в размере 420000 ден. ед.;

3) годовую прибыль по каждому предложению.

*Решение.* 1) Определяем точку безубыточности:

$$Q_6 = \frac{FC}{P - AVC} = \frac{210000}{25 - 8} = 12353.$$

Так как:

$$\Pi = P \times Q - FC - AVC \times Q,$$

то порог безубыточности можно определить как

$$Q = \frac{\Pi + FC}{P - AVC} = \frac{300000 + 210000}{25 - 8} = 30000.$$

2) Определим цену для получения целевой прибыли по формуле:

$$P_{ц} = \frac{\Pi_{ц} + FC + AVC \times Q}{Q} = \frac{420000 + 210000 + 8 \times 12353}{12353} = 60.$$

$$P = \frac{420000 + 210000 + 8 \times 30000}{30000} = 29.$$

$$\Delta P = 29/25 = 1,16.$$

$$3) \Pi = P \times Q - ((AVC \times Q) + FC)$$

$$а) P_1 = 25 - 25 \times 0,1 = 22,5.$$

$$Q_1 = 30000 + 0,06 \times 30000 = 31800.$$

$$\Pi_1 = 22,5 \times 31800 - (8 \times 31800 + 210000) = 251100.$$

$$б) P_2 = 25 + 25 \times 0,08 = 27.$$

$$Q_2 = 30000 - 0,04 \times 30000 = 28800.$$

$$\Pi_2 = 27 \times 28800 - (8 \times 28800 + 210000) = 337200.$$

## Тема 8. Регулирование цен.

*Вопросы для устного опроса.*

1. Роль и необходимость государственного регулирования рыночных цен.
2. Методы государственного регулирования цен.
3. Инфляция: понятие, измерение, последствия. Роль цен в инфляционных процессах. Особенности расчета индекса цен: средних цен; агрегатная форма расчета, различные формулы расчета (Ласпейреса, Пааше, Эджворта-Маршалла, Фишера).
4. Государственное регулирование цен в зарубежных странах.

*Типовая задача по теме.*

Имеются следующие данные о продаже товаров на рынке:

Продукт	Продано, тыс.шт.		Цена, руб./шт.	
	Апрель	май	апрель	май
1	68	62	32	33
2	24	24	48	50
3	20	16	24	26,5

Определить:

- 1) Общие индексы цен (по формуле Ласпейреса и Пааше)
- 2) Сводные индексы объема продаж

- 3) Общий индекс товарооборота  
4) Изменение товарооборота в целом, за счет изменения цен и физического объема продаж

*Решение.*

- 1) Индекс цен Ласпейреса рассчитывается по формуле:

$$I_p^n = \frac{\sum p_1 * q_1}{\sum p_0 * q_0} = [33 * 62 + 50 * 24 + 26,5 * 16] / [32 * 68 + 48 * 24 + 24 * 20] = 0,963,$$

где  $p_1$  – цена в текущем периоде,  
 $p_0$  – цена в базовом (предыдущем) периоде,  
 $q_1$  – объем продаж в текущем периоде,  
 $q_0$  – объем продаж в базовом (предыдущем) периоде.

Индекс цен Пааше рассчитывается по формуле:

$$I_p^n = \frac{\sum p_1 * q_1}{\sum p_0 * q_1} = [33 * 62 + 50 * 24 + 26,5 * 16] / [32 * 62 + 48 * 24 + 24 * 16] = 1,043.$$

- 2) Индекс физического объема Ласпейреса рассчитывается по формуле:

$$I_q^n = \frac{\sum p_0 * q_1}{\sum p_0 * q_0} = (62 * 32 + 24 * 48 + 16 * 24) / (68 * 32 + 24 * 48 + 20 * 24) = 0,924.$$

Индекс физического объема Пааше рассчитывается по формуле:

$$I_q^n = \frac{\sum p_1 * q_1}{\sum p_1 * q_0} = (62 * 33 + 24 * 50 + 16 * 26,5) / (62 * 32 + 24 * 48 + 16 * 24) = 1,043.$$

- 3) Индекс товарооборота:

$$I_{pq} = \frac{\sum p_1 * q_1}{\sum p_0 * q_0} = (62 * 33 + 24 * 50 + 16 * 26,5) / (68 * 32 + 24 * 48 + 20 * 24) = 0,964.$$

Проверим правильность расчета, базируясь на свойствах индекса Ласпейреса и Пааше.

$$I_{pq} = I_p^n * I_q^n = 1,043 * 0,924 = 0,964.$$

## **Тема 9. Оценка ошибки и риска в установлении цены.**

*Вопросы для устного опроса.*

1. Понятие экономического риска и его определения.
2. Основные функции риска в современной экономике.
3. Роль оценки риска принимаемых решений в ценообразовании.
4. Составляющие экономического риска и методы их оценки.
5. Способы снижения экономического риска: диверсификация; объединение и группировка рисков; распределение рисков; сбор информации о возможных вариантах выбора и его результатах.
6. Страхование цен, факторинг, лизинг и франчайзинг.

*Рефераты и доклады по теме.*

## **Тема 10. Отраслевые особенности ценообразования.**

*Вопросы для устного опроса.*

1. Ценообразование на продукцию машиностроения.

2. Ценообразование на продукцию ТЭК.
3. Ценообразование в строительстве.
4. Тарифы на услуги транспортного комплекса.
5. Ценообразование в сфере услуг.

*Рефераты и доклады по теме.*

### **Тема 11. Цены во внешней торговле.**

*Вопросы для устного опроса.*

1. Понятие мировой цены и особенности ее формирования на различные товары.
2. Виды цен мировой торговли.
3. Понятие контрактной цены и способ ее фиксации.
4. Расчет цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.

*Типовая задача по теме.*

Определите отпускную цену производителя и рассчитайте цены «франко железнодорожный вагон», ФАС, ФОб, СФР и СИФ на основе следующих данных:

- 1) себестоимость – 400 руб.;
- 2) прибыль – 25%;
- 3) перевозка к железнодорожной станции – 3 руб.;
- 4) стоимость погрузки в вагон – 1,2 руб.;
- 5) стоимость перевозки до порта – 4 руб.;
- 6) стоимость погрузочно-разгрузочных работ – 1,5 руб.;
- 7) стоимость доставки на борт судна и складирования на судне – 1 руб.;
- 8) морской фрахт до порта назначения – 200 долл. (1 долл. = 32 руб.);
- 9) страхование – 3%.

*Решение.*

Отпускная цена изготовителя =  $400 \times 1,25 = 500$  руб.

Цена «франко железнодорожный вагон» =  $500 + 3 + 1,2 = 504,2$  руб.

Цена ФАС =  $504,2 + 4 + 1,5 = 509,7$  руб.

Цена ФОб =  $509,7 + 1 = 510,7$  руб.

Цена СФР =  $510,7 + 200 \times 32 = 6910,7$  руб.

Цена СИФ =  $6910,7 \times 1,03 = 7118,02$  руб.

### **Тема 12. Новаторские концепции ценообразования.**

*Вопросы для устного опроса.*

1. Ассортиментная политика фирмы и ценообразование.
2. Пакетное ценообразование.
3. Аренда вместо покупки.
4. Единый тариф.
5. Ценообразование с учетом фактора времени.
6. Предоплата.
7. Ценообразование и электронная торговля.

*Рефераты и доклады по теме.*

*Методические рекомендации*

Практическая работа – одна из форм проверки и оценки усвоения знаний. По результатам выполнения практической работы можно судить об уровне самостоятельности и активности обучающегося в учебном процессе. Практическая работа реализуется в виде аудиторной работы.

Основные задачи практической работы:

- 1) закрепление полученных ранее теоретических знаний;
- 2) выработка навыков самостоятельной научно-исследовательской работы;
- 3) выяснение подготовленности обучающихся к будущей практической работе;
- 4) выявление способностей к научно-исследовательской и поисковой деятельности.

Выполнение практических работ необходимо для более полного освоения дисциплины и играет существенную роль в формировании профессиональных компетенций.

При подготовке к практическому занятию необходимо придерживаться следующей технологии:

1. Внимательно изучить лекционный материал по теме, выносимой на конкретное занятие.
2. Найти и проработать соответствующие разделы в рекомендованных нормативных документах, учебниках и дополнительной литературе.

#### *Критерии оценивания*

Баллы (оценка)	Критерии оценивания
3 балла («отлично»)	– обучающийся выполнил работу полностью, без ошибок и недочетов
2 балла («хорошо»)	– обучающийся в целом выполнил задание (более 2/3 работы), допускается наличие не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов
1 балл («удовлетворительно»)	– задание выполнено не полностью (более 1/2, но менее 2/3 работы), допущены: не более одной грубой ошибки и двух недочетов; не более одной грубой и одной негрубой ошибки; не более трех негрубых ошибок и одного недочета
0 баллов («неудовлетворительно»)	– задание выполнено не полностью (менее 1/2 работы), число ошибок и недочетов превысило норму, установленную для оценки «удовлетворительно»

#### *Грубые ошибки:*

- незнание или неправильное применение правил, алгоритмов, существующих зависимостей, лежащих в основе выполнения задания или используемых в ходе его выполнения;
- неправильный выбор действий, операций, методов;
- неумение формировать выводы и обобщения, что определяет несоответствие выполненных действий, полученных результатов и предложенного варианта управленческих решений.

#### *Негрубые ошибки:*

- нерациональный выбор действий, операций, методов;
- ошибки при выполнении расчетных действий, не повлекшие ложность выводов и их несоответствие предложенному варианту управленческих решений.

#### *Недочеты:*

- небрежное оформление записей и расчетов;
- опiski в расчетах и выводах.

#### *3.1.2. Примерные темы для выполнения рефератов*

#### **Контролируемая компетенция ОПК-1, индикатор достижения компетенции ОПК-1.2.**

1. Ценообразование на рынке образовательных услуг.
2. Механизм формирования цен на банковские услуги.
3. Тарифы на услуги связи. Виды тарифов на услуги связи. Тарифы на услуги связи, определяемые на федеральном и региональном уровнях.

4. Анализ сущности, причин и результатов ценовых войн. Пути их предотвращения и локализации.
5. Антиинфляционная политика.
6. Аукционный метод определения цены.
7. Виды издержек.
8. Виды скидок и льгот во внешней торговле.
9. Влияние цен на динамику спроса.
10. Влияние ценовой эластичности спроса на общую выручку.
11. Государственное регулирование цен.
12. Государственные службы по управлению ценами.
13. Зарубежная практика ведения ценовых войн.
14. Затратные методы ценообразования.
15. Индивидуально назначаемые цены.
16. Инфляция в российской экономике.
17. Инфляция издержек.
18. Инфляция спроса.
19. Использование метода ABC в управлении затратами и ценообразовании.
20. Классификация индивидуально назначаемых цен.
21. Классификация скидок.
22. Классификация цен по различным признакам.
23. Концепции ценообразования: активное и пассивное ценообразование
24. Методика расчета цен на продукцию производственно-технического назначения.
25. Методология ценообразования.
26. Методы ценообразования.
27. Механизм установления цены.
28. Модели ценовой стратегии организации.
29. Определение цены с ориентацией на спрос.
30. Особенности ценообразования на рынке монополии.
31. Особенности ценообразования на рынке монополистической конкуренции.
32. Особенности ценообразования на рынке олигополии.
33. Особенности ценообразования на рынке чистой конкуренции.
34. Параметрический метод ценообразования.
35. Понятие стоимости в трудах мыслителей Древнего Китая, Индии и Древней Греции.
36. Принципы и методы определения рыночной цены для целей налогообложения.
37. Работа финансовой службы при формировании и организации контроля за изменением цен.
38. Сегментация рынка для ценообразования.
39. Система цен.
40. Скидки как способ тактического и стратегического управления ценой.
41. Социально-политические последствия инфляции.
42. Стратегии ценообразования.
43. Структура розничной цены в зависимости от каналов товародвижения.
44. Таможенная стоимость товара.
45. Тендерные войны отечественных компаний.
46. Товар и цена как экономические категории.
47. Управление затратами и прибылью в процессе ценообразования.
48. Учет факторов риска и инфляции в процессе установления цен.
49. Функции цены.
50. Цели ценообразования.
51. Ценообразование лизинга.
52. Ценообразование на услуги здравоохранения.

### *Требования к структуре, содержанию, методические рекомендации по написанию реферата*

В соответствии с Положением о рабочей программе дисциплины (модуля) по образовательным программам высшего образования в КБГУ, принятого УМС КБГУ 01 июня 2018 г. (протокол № 8) и утвержденного проректором по УР (<https://kbsu.ru/wp-content/uploads/2018/12/rpd01.pdf>) *реферат* – доклад на определенную тему, включающий обзор соответствующих литературных и других источников; краткое изложение содержания научной работы, книги (или ее части), статьи с основными фактическими сведениями и выводами. Реферат является творческой исследовательской работой, основанной, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования.

Реферат подготавливается и оформляется с учетом требований ГОСТ 7.32 -2001.

*Требования к структуре и содержанию реферата:*

Реферат, как правило должен содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- текст реферата (основная часть);
- заключение;
- список использованных источников (список литературы);
- приложения (при необходимости).

Титульный лист реферата оформляется по требованиям, указанным ниже.

Содержание – перечень основных частей работы с указанием листов (страниц), на которых их помещают. Содержание должно отражать все материалы, представляемые к защите работы. Слово «Содержание» записывают в виде заголовка, симметрично тексту, с прописной буквы, без номера раздела. В содержании приводятся наименования структурных частей реферата, глав и параграфов его основной части с указанием номера страницы, с которой начинается соответствующая часть, глава, параграф.

Во введении необходимо обозначить обоснование выбора темы, ее актуальность, объект и предмет, цель и задачи исследования, описываются объект и предмет исследования, информационная база исследования и структура работы. Заголовок «Введение» записывают симметрично тексту с прописной буквы.

В тексте реферата (основной части) излагается сущность проблемы и объективные научные сведения по теме реферата, дается критический обзор источников, собственные версии, сведения, оценки. Содержание основной части должно точно соответствовать теме реферата и полностью ее раскрывать. Главы и параграфы реферата должны раскрывать описание решения поставленных во введении задач. Поэтому заголовки глав и параграфов, как правило, должны соответствовать по своей сути формулировкам задач реферата. Заголовок «ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ» в содержании реферата быть не должно. Текст реферата должен содержать адресные ссылки на научные работы, оформленные в соответствии требованиям ГОСТ. Также обязательным является наличие в основной части реферата ссылок на использованные источники. Изложение необходимо вести от третьего лица («Автор полагает...») либо использовать безличные конструкции и неопределенно-личные предложения («На втором этапе исследуются следующие подходы...», «Проведенное исследование позволило доказать...» и т.п.).

Заключение должно содержать краткие выводы по результатам выполненной работы, оценку полноты решения поставленных задач, разработку рекомендаций по использованию результатов исследования.

Список литературы должен оформляться в соответствии с общепринятыми библиографическими требованиями и включать только использованные студентом публикации. Количество источников в списке определяется студентом самостоятельно, для

реферата их рекомендуемое количество от 10 до 20. Сведения об источниках приводятся в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1. ГОСТ 7.80. ГОСТ 7.82. 5.10.2. Список использованных источников должен включать библиографические записи на документы, ссылки на которые оформляют арабскими цифрами в квадратных скобках.

*Требования по оформлению реферата:*

1. Печатная форма – документ должен быть создан на компьютере, в программе Microsoft Word.

2. Объем реферата – не менее 10 страниц и не более 20 страниц машинописного текста (без учета титульного листа, списка ключевых слов, содержания, списка использованных источников и приложений). Распечатка производится на одной стороне листа. Формат стандартный – А4.

3. Поля страницы: левое – 30 мм, правое, верхнее, нижнее поля – по 20 мм.

4. Выравнивание текста – по ширине. Красная строка оформляется на одном уровне на всех страницах реферата. Отступ красной строки равен 1,25 см.

5. Шрифт основного текста – Times New Roman. Размер – 14 п. Цвет – черный. Интервал между строками – полуторный.

6. Названия глав прописываются полужирным (размер – 16 п.), подзаголовки также выделяют жирным (размер – 14 п.). Если заголовок расположен по центру страницы, точка в конце не ставится. Заголовок не подчеркивается. Названия разделов и подразделов прописывают заглавными буквами. Каждый структурный элемент реферата начинается с новой страницы.

7. Между названием главы и основным текстом необходим интервал в 2,5 пункта. Интервал между подзаголовком и текстом – 2 п. Между названиями разделов и подразделов оставляют двойной интервал.

8. Нумерация страниц начинается с титульного листа, но сам титульный лист не нумеруется. Используются арабские цифры. Страницы нумеруются в нижнем правом углу без точек.

9. Примечания располагают на той же странице, где сделана сноска. Цитаты заключаются в скобки. Авторская пунктуация и грамматика сохраняется.

10. Главы нумеруются римскими цифрами (Глава I, Глава II), параграфы – арабскими (1.1, 1.2).

11. Титульный лист – в верхней части указывают полное название университета. Ниже указывают тип и тему работы. Используют большой кегль. Под темой, справа, размещают информацию об авторе и научном руководителе. В нижней части по центру – название города и год написания.

12. Список использованных источников должен формироваться в алфавитном порядке по фамилии авторов. Все источники нумеруются и располагаются в определенном порядке:

- законы;
- постановления Правительства;
- другая нормативная документация;
- статистические данные;
- научные материалы;
- газеты и журналы;
- учебники;
- электронные ресурсы.

Включенная в список литература нумеруется сплошным порядком от первого до последнего названия. По каждому литературному источнику указывается: автор (или группа авторов), полное название книги или статьи, место и наименование издательства (для книг и брошюр), год издания; для журнальных статей указывается наименование журнала, год выпуска и номер. По сборникам трудов (статей) указывается автор статьи, ее

название и далее название книги (сборника) и ее выходные данные. Ссылки на интернет-ресурсы в реферате правильно оформлять в соответствии с указаниями ГОСТ 7.82. Рекомендуется использовать при подготовке реферата не менее 5 источников.

13. В приложения рекомендуется включать материалы иллюстративного и вспомогательного характера. В приложения могут быть помещены: таблицы и иллюстрации большого формата; дополнительные расчеты. На все приложения в тексте работы должны быть даны ссылки. Приложения располагают в работе и обозначают в порядке ссылок на них в тексте. Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь. Например: «Приложение Б». Каждое приложение в работе следует начинать с нового листа (страницы) с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение» и его обозначения. Приложение должно иметь заголовки, который записывают симметрично тексту с прописной буквы отдельной строкой.

*Критерии оценивания при защите реферата*

Баллы (оценка)	Критерии оценивания
3 балла («отлично»)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– соответствие содержания заявленной теме, отсутствие в тексте отступлений от темы работы;</li> <li>– логичность и последовательность в изложении материала в работе;</li> <li>– качество работы с зарубежными и отечественными источниками информации и данных, Интернет-ресурсами (актуальность источников, достаточность использованных источников для раскрытия темы работы);</li> <li>– правильность оформления работы (соответствие стандарту в представлении текста, ссылок, цитат, таблицы, графического материала и т.д.);</li> <li>– способность к анализу и обобщению информационного материала, степень полноты обзора состояния вопроса, обоснованность выводов в работе;</li> <li>– работа представлена в срок;</li> <li>– способность к публичной коммуникации, получены обоснованные ответы на дополнительные вопросы аудитории и преподавателя при защите работы.</li> </ul>
2 балла («хорошо»)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– соответствие содержания заявленной теме, незначительные отступления в тексте от темы работы;</li> <li>– незначительные нарушения в логичности и последовательности изложения материала в работе;</li> <li>– в целом достаточность и актуальность использованных зарубежных и отечественных источников информации и данных, Интернет-ресурсов для раскрытия темы реферата;</li> <li>– выполнены основные требования к оформлению работы (незначительные неточности и отступления от стандарта в представлении текста, ссылок, цитат, таблицы, графического материала и т.д.);</li> <li>– достаточный уровень проявленной способности к анализу и обобщению информационного материала, достаточная степень полноты обзора состояния вопроса и обоснованности выводов в работе;</li> <li>– работа представлена в срок, но с некоторыми недоработками;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– неполные ответы (незначительные ошибки) на дополнительные вопросы аудитории и преподавателя при защите работы.</li> </ul>
1 балл («удовлетворительно»)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– имеются существенные отступления содержания от заявленной темы, значительные отступления в тексте от темы работы;</li> <li>– значительные нарушения в логичности и последовательности изложения материала в работе;</li> <li>– в целом недостаточность, неполная актуальность использованных зарубежных и отечественных источников информации и данных, Интернет-ресурсов для раскрытия темы реферата;</li> <li>– не выполнены основные требования к оформлению работы (значительные неточности и отступления от стандарта в представлении текста, ссылок, цитат, таблицы, графического материала и т.д.);</li> <li>– недостаточный уровень проявленной способности к анализу и обобщению информационного материала, тема освещена частично, отсутствуют выводы в работе;</li> <li>– работа представлена со значительным опозданием (более 1 недели), отсутствуют отдельные фрагменты работы;</li> <li>– неполные ответы со значительными ошибками на дополнительные вопросы аудитории и преподавателя при защите работы.</li> </ul>
0 баллов («неудовлетворительно»)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– тема работы не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание ее содержания;</li> <li>– поставленные задачи не выполнены или выполнены их отдельные несущественные части;</li> <li>– работа не представлена.</li> </ul>

### **3.2. Задания для рубежного контроля**

#### **Контролируемая компетенция ОПК-1, индикатор достижения компетенции ОПК-1.2.**

##### **3.2.1. Вопросы для коллоквиума**

##### **Вопросы к рейтинговой работе №1 (ОПК-1, ОПК-1.2)**

1. Цена как экономическая категория. Теоретические основы цены.
2. Основные теоретические концепции цены.
3. Эволюция теории цены.
4. Определение рыночной (равновесной) цены.
5. Зависимость эластичности спроса от цены и дохода.
6. Факторы рыночного ценообразования.
7. Взаимосвязь установления цены с исследованиями маркетинга.
8. Виды цен.
9. Система цен в экономике.
10. Принципы дифференциации цен.
11. Функции цены.
12. Состав и структура цены.

13. Цели ценовой политики предприятия и принципы ценообразования.
14. Политика цен жизненного цикла товара.
15. Политика цен на новые изделия.
16. Тактические аспекты ценовой политики предприятия.
17. Скидки как инструмент ценовой политики фирмы.
18. Этапы разработки ценовой стратегии предприятия.
19. Выбор типа ценовой стратегии предприятием.
20. Стратегия премиального ценообразования.
21. Стратегия ценового прорыва.
22. Стратегия нейтрального ценообразования.

#### ***Вопросы к рейтинговой работе №2 (ОПК-1, ОПК-1.2)***

1. Затратный метод ценообразования.
2. Классификация и калькулирование издержек для ценообразования.
3. Основные методы затратного ценообразования.
4. Релевантные издержки и их использование в ценообразовании.
5. Альтернативные издержки и их учет при определении цен.
6. Издержки производства. Влияние издержек производства на цену продукции.
7. Ценообразование с учетом ценности товара.
8. Понятие ценности товара и определяющие факторы.
9. Принципы и методы определения чувствительности покупателей к цене.
10. Ценообразование с учетом конкуренции.
11. Метод определения цен на основе равновесия между издержками производства и состоянием рынка.
12. Эконометрические методы определения цен.
13. Трансфертные цены и методы их определения.
14. Метод сопоставимых рыночных цен в трансфертном ценообразовании.
15. Метод цены последующей реализации в трансфертном ценообразовании.
16. Затратный метод в трансфертном ценообразовании.
17. Метод сопоставимой рентабельности в трансфертном ценообразовании.
18. Метод распределения прибыли в трансфертном ценообразовании.
19. Регулирование трансфертного ценообразования в России.
20. Изменение логики анализа финансовой отчетности для нужд ценообразования.
21. Определение относительного выигрыша в результате управления ценами.
22. Финансовый анализ и маркетинговый план: проблемы согласования.
23. Принятие решений предприятием с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства.
24. Целесообразность снижения и повышения цен.
25. Реакция фирмы на изменение цен конкурентами.

#### ***Вопросы к рейтинговой работе №3 (ОПК-1, ОПК-1.2)***

1. Роль и необходимость государственного регулирования рыночных цен.
2. Методы государственного регулирования цен.
3. Инфляция: понятие, измерение, последствия.
4. Роль цен в инфляционных процессах.
5. Особенности расчета индекса цен: средних цен; агрегатная форма расчета, различные формулы расчета (Ласпейреса, Пааше, Эджворта-Маршалла, Фишера).
6. Государственное регулирование цен в зарубежных странах.
7. Понятие экономического риска и его определения. Основные функции риска в современной экономике.
8. Роль оценки риска принимаемых решений в ценообразовании.

9. Составляющие экономического риска и методы их оценки.
10. Способы снижения экономического риска: диверсификация; объединение и группировка рисков; распределение рисков; сбор информации о возможных вариантах выбора и его результатах.
11. Страхование цен, факторинг, лизинг и франчайзинг.
12. Ценообразование на продукцию машиностроения.
13. Ценообразование на продукцию ТЭК.
14. Ценообразование в строительстве.
15. Тарифы на услуги транспортного комплекса.
16. Ценообразование в сфере услуг.
17. Понятие мировой цены и особенности ее формирования на различные товары.
18. Виды цен мировой торговли.
19. Понятие контрактной цены и способ ее фиксации.
20. Расчет цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.
21. Ассортиментная политика фирмы и ценообразование.
22. Пакетное ценообразование как концепция ценообразования.
23. Аренда вместо покупки как концепция ценообразования.
24. Единый тариф как концепция ценообразования.
25. Ценообразование с учетом фактора времени как концепция ценообразования.
26. Предоплата как концепция ценообразования.
27. Ценообразование и электронная торговля.
28. Взаимовлияние цен и налогов. Налоги в составе цены.
29. Взаимозависимость цен и денежного обращения. Масса денежных средств. Уравнение равновесия.

#### *Методические рекомендации*

При подготовке к коллоквиуму следует, прежде всего, просмотреть конспекты лекций и практических занятий и отметить в них имеющиеся вопросы коллоквиума. Если какие-то вопросы вынесены преподавателем на самостоятельное изучение, следует обратиться к учебной литературе, рекомендованной преподавателем в качестве источника сведений.

Подготовка к коллоквиуму начинается с установочной консультации преподавателя, на которой он разъясняет развернутую тематику проблемы, рекомендует литературу для изучения и объясняет процедуру проведения коллоквиума. Методические указания состоят из рекомендаций по изучению источников и литературы, вопросов для самопроверки и кратких конспектов ответа, относящихся к пунктам плана каждой темы. Это должно помочь обучающимся целенаправленно организовать работу по овладению материалом и его запоминанию. При подготовке к коллоквиуму следует, прежде всего, просмотреть конспекты лекций и практических занятий и отметить в них имеющиеся вопросы коллоквиума. Если какие-то вопросы вынесены преподавателем на самостоятельное изучение, следует обратиться к учебной литературе, рекомендованной преподавателем в качестве источника сведений.

Коллоквиум проводится в форме индивидуальной беседы преподавателя с каждым обучающимся или беседы в небольших группах (2-3 человека). Обычно преподаватель задает несколько кратких конкретных вопросов, позволяющих выяснить степень добросовестности работы с литературой, проверяет конспект. Далее более подробно обсуждается какая-либо сторона проблемы, что позволяет оценить уровень понимания.

Коллоквиум, в случае необходимости, может проводиться в дистанционной форме, в системе онлайн-обучения на базе программного обеспечения Moodle со встроенной подсистемой тестирования КБГУ (<https://open.kbsu.ru>) с использованием сервисов онлайн конференций для проведения вебинаров BigBlueButton, Jitsi.

*Критерии оценивания*

Баллы (оценка)	Критерии оценивания
5-6 баллов («отлично»)	<p>Ответы получены 80-100% заданных вопросов. Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– полно излагает изученный материал, дает правильное определение понятий;</li> <li>– обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные;</li> <li>– излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.</li> </ul>
3-4 балла («хорошо»)	<p>Ответы даны на 60-80% заданных вопросов. Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, установленным для оценки «отлично», но допускает не более 2 негрубых ошибок, которые сам же исправляет, и не более 2 недочетов.</li> </ul>
1-2 балл («удовлетворительно»)	<p>Ответы даны на 40-60% вопросов. Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– обнаруживает знание и понимание основных положений темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий (допускает более 2 негрубых ошибок);</li> <li>– излагает материал непоследовательно, допускает более 2 недочетов.</li> </ul>
0 баллов («неудовлетворительно»)	<p>Ответы даны менее чем на 40% вопросов. Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала (допускает грубые ошибки).</li> </ul>

*Грубые ошибки:* неправильный ответ или пояснения к ответу на поставленный вопрос; неправильное определение базовых терминов по дисциплине.

*Негрубые ошибки:* неточный или неполный ответ на поставленный вопрос; при правильном ответе неумение самостоятельно или полно обосновать и проиллюстрировать его.

*Недочеты:* непоследовательность, неточность в языковом оформлении излагаемого.

*3.2.2. Контрольные задания для тестирования (ОПК-1, ОПК-1.2)*

Выберите правильный ответ

I:

S: Более высокую цену можно установить, если спрос:

-: единичной эластичности

+: неэластичный

-: сезонный

-: эластичный

I:

S: Затратный подход к ценообразованию основан на учёте:

+: всех фактических затрат на производство и сбыт товаров

-: зависит от спроса населения на товар

-: постоянных затрат на производство товара

-: прямых затрат на производство товара

I:

S: Маржинальная теория цены и ценообразования считает базой цены товара:

-: качество

-: полезность

+: предельную полезность

-: редкость

I:

S: Недостатки методов затратного ценообразования:

+: игнорирование информации о поведении конкурентов

-: игнорирование информации о поведении покупателей

-: недостоверность исходных данных

-: сложность сбора информации

I:

S: Основной метод установления цен:

-: «снятия сливок»

-: захват потребительского излишка

-: максимум прибыли

-: обеспечение безубыточности

+: средние затраты плюс прибыль

I:

S: Переменные затраты на единицу продукции:

-: зависят от постоянных затрат

-: остаются неизменными

-: снижаются в зависимости от объёма производства

+: увеличиваются, если объём производства растёт

I:

S: Психология покупателя наиболее часто учитывается при исчислении:

-: затрат на производство

-: оптовой цены предприятия

-: отпускной цены на продукцию производственного назначения

+: розничной цены потребительских товаров

I:

S: Публикуемые (справочные) цены, как правило, являются ценами:

-: взаимозачёта

-: обмена

+: предложения

-: спроса

I:

S: Выберите правильную формулу для расчета значений точки безубыточности в натуральном выражении:

-:  $Q_b = (P - AVC) / FC$

-:  $Q_b = FC \times P / (P - AVC)$

+:  $Q_b = FC / (P - AVC)$

-:  $Q_b = P \times AVC / FC$

I:

S: Какое значение коэффициента прямой эластичности спроса соответствует неэластичному спросу на товар:

- + :  $E < 1$
- :  $0 < E < 1$
- :  $E = 1$
- :  $E > 0$ .

I:

S: К параметрическим методам ценообразования относятся:

- + : метод удельных показателей
- : метод целевой прибыли
- + : балльный метод
- + : метод корреляционно-регрессионного анализа
- : затратный метод

I:

S: Метод удельного ценообразования:

- : учитывает мнение покупателей
- : не учитывает мнение покупателей
- + : учитывает изменение основного параметра
- : не учитывает изменение основного параметра

I:

S: Формула для расчета удельной цены:

- :  $Ц_{уд} = Ц_б / Ц_н$
- :  $Ц_{уд} = Ц_н / Ц_б$
- + :  $Ц_{уд} = Ц_б / П_б$
- :  $Ц_{уд} = П_б / Ц_б$

I:

S: Ценообразование затратным методом может основываться на:

- : сумме постоянных и переменных затрат
- : на предельных затратах
- : на общих затратах
- + : верны все предыдущие ответы

I:

S: При заключении контрактов предприятия могут ориентироваться на:

- : прейскурантные цены
- : расчетные цены
- + : рыночные цены

I:

S: От чего зависят условия «франко»:

- : от типа товара
- : от рыночной стратегии продавца
- + : от особенностей его транспортировки.

Полный банк тестовых заданий по дисциплине представлен в системе онлайн-обучения на базе программного обеспечения Moodle со встроенной подсистемой тестирования КБГУ (<https://open.kbsu.ru>). Обучающийся, чтобы пройти тестирование, входит в систему open.kbsu.ru под своим личным логином и паролем, выбирает нужную дисциплину и проходит тестирование.

*Критерии оценивания*

Предел длительности контроля	30 мин
Предлагаемое количество заданий из одного контролируемого подраздела	30 тестовых заданий
Критерии оценки	% выполненных верно тестовых заданий
«4 балла», если	76-100
«3 балла», если	51-75
«2 балла», если	26-50
«1 балл», если	11-25
«0 баллов», если	0-10

**3.3. Промежуточная аттестация**

**Контролируемая компетенция ОПК-1, индикатор достижения компетенции ОПК-1.2.**

*3.3.1. Вопросы к зачету (ОПК16, ОПК-1.2)*

1. Цена как экономическая категория. Теоретические основы цены.
2. Основные теоретические концепции цены.
3. Эволюция теории цены.
4. Определение рыночной (равновесной) цены.
5. Зависимость эластичности спроса от цены и дохода.
6. Факторы рыночного ценообразования.
7. Взаимосвязь установления цены с исследованиями маркетинга.
8. Виды цен.
9. Система цен в экономике.
10. Принципы дифференциации цен.
11. Функции цены.
12. Состав и структура цены.
13. Цели ценовой политики предприятия и принципы ценообразования.
14. Политика цен жизненного цикла товара.
15. Политика цен на новые изделия.
16. Тактические аспекты ценовой политики предприятия.
17. Скидки как инструмент ценовой политики фирмы.
18. Этапы разработки ценовой стратегии предприятия.
19. Выбор типа ценовой стратегии предприятием.
20. Стратегия премиального ценообразования.
21. Стратегия ценового прорыва.
22. Стратегия нейтрального ценообразования.
23. Затратный метод ценообразования.
24. Классификация и калькулирование издержек для ценообразования.
25. Основные методы затратного ценообразования.
26. Релевантные издержки и их использование в ценообразовании.
27. Альтернативные издержки и их учет при определении цен.
28. Издержки производства. Влияние издержек производства на цену продукции.
29. Ценообразование с учетом ценности товара.

30. Понятие ценности товара и определяющие факторы.
31. Принципы и методы определения чувствительности покупателей к цене.
32. Ценообразование с учетом конкуренции.
33. Метод определения цен на основе равновесия между издержками производства и состоянием рынка.
34. Эконометрические методы определения цен.
35. Трансфертные цены и методы их определения.
36. Метод сопоставимых рыночных цен в трансфертном ценообразовании.
37. Метод цены последующей реализации в трансфертном ценообразовании.
38. Затратный метод в трансфертном ценообразовании.
39. Метод сопоставимой рентабельности в трансфертном ценообразовании.
40. Метод распределения прибыли в трансфертном ценообразовании.
41. Регулирование трансфертного ценообразования в России.
42. Изменение логики анализа финансовой отчетности для нужд ценообразования.
43. Определение относительного выигрыша в результате управления ценами.
44. Финансовый анализ и маркетинговый план: проблемы согласования.
45. Принятие решений предприятием с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства.
46. Целесообразность снижения и повышения цен.
47. Реакция фирмы на изменение цен конкурентами.
48. Роль и необходимость государственного регулирования рыночных цен.
49. Методы государственного регулирования цен.
50. Инфляция: понятие, измерение, последствия.
51. Роль цен в инфляционных процессах.
52. Особенности расчета индекса цен: средних цен; агрегатная форма расчета, различные формулы расчета (Ласпейреса, Пааше, Эджворта-Маршалла, Фишера).
53. Государственное регулирование цен в зарубежных странах.
54. Понятие экономического риска и его определения. Основные функции риска в современной экономике.
55. Роль оценки риска принимаемых решений в ценообразовании.
56. Составляющие экономического риска и методы их оценки.
57. Способы снижения экономического риска: диверсификация; объединение и группировка рисков; распределение рисков; сбор информации о возможных вариантах выбора и его результатах.
58. Страхование цен, факторинг, лизинг и франчайзинг.
59. Ценообразование на продукцию машиностроения.
60. Ценообразование на продукцию ТЭК.
61. Ценообразование в строительстве.
62. Тарифы на услуги транспортного комплекса.
63. Ценообразование в сфере услуг.
64. Понятие мировой цены и особенности ее формирования на различные товары.
65. Виды цен мировой торговли.
66. Понятие контрактной цены и способ ее фиксации.
67. Расчет цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.
68. Особенности ценообразования на рынке ценных бумаг.
69. Ассортиментная политика фирмы и ценообразование.
70. Пакетное ценообразование как концепция ценообразования.
71. Аренда вместо покупки как концепция ценообразования.
72. Единый тариф как концепция ценообразования.
73. Ценообразование с учетом фактора времени как концепция ценообразования.
74. Предоплата как концепция ценообразования.
75. Ценообразование и электронная торговля.

76. Взаимовлияние цен и налогов. Налоги в составе цены.  
 77. Взаимозависимость цен и денежного обращения. Масса денежных средств.  
 Уравнение равновесия.  
 78. Особенности ценообразования на различных типах рынка.

*Методические рекомендации по подготовке и процедуре осуществления контроля выполнения*

Подготовка к промежуточной аттестации заключается в изучении и тщательной проработке обучающимся учебного материала дисциплины с учетом рекомендованного преподавателем учебно-методического обеспечения. Для обеспечения полноты ответа на вопросы и лучшего запоминания рекомендуется составлять план ответа на каждый вопрос.

### 3.3.2. Примеры типовых контрольных заданий (ОПК-1, ОПК-1.2)

#### **Контрольная работа.**

##### **Вариант 1.**

*Вопрос:* Основные теоретические концепции цены.

*Задача.* Себестоимость выпуска товара равна 4 тыс. руб. за единицу, минимальная, приемлемая для производителя рентабельность составляет 20%, ставка НДС – 18%, ставка акциза – 20%.

Определите минимальную приемлемую отпускную цену товара.

*Решение.* 1. Определяем цену изготовителя:

$$Ц_{\text{изг.}} = 4 + \frac{4 \times 20\%}{100\%} = 4,8 \text{ тыс. руб.}$$

2. Определяем сумму акциза:

$$A = Ц_{\text{изг. без А}} \times \frac{20\%}{100\%} = 4,8 \times 0,2 = 0,96 \text{ тыс. руб.}$$

3. Определяем отпускную цену с учетом акциза, но без учета НДС:

$$Ц_{\text{с А, но без НДС}} = 4,8 + 0,96 = 5,76 \text{ тыс. руб.}$$

4. Определяем отпускную цену с учетом НДС:

$$Ц_{\text{с НДС}} = 5,76 \times \frac{18\%}{100\%} + 5,76 = 6,8 \text{ тыс. руб.}$$

#### **Контрольная работа.**

##### **Вариант 2.**

*Вопрос:* Определение рыночной (равновесной) цены.

*Задача.* Себестоимость равна 500 руб.; приемлемая рентабельность составляет 30%; ставка акциза – 10%; ставка НДС – 18%.

Представьте полную структуру отпускной цены.

*Решение.* Цена отпускная

Цена отпускная = Себестоимость + Прибыль изготовителя + Акциз + НДС.

$$П = 0,3 \times 500 = 150 \text{ руб.}$$

$$Ц_{\text{изг.}} = 500 + 150 = 650 \text{ руб.}$$

$$A = (650 \times 10\%) / 110\% = 65 \text{ руб.}$$

$$\text{НДС} = (500 + 150 + 65) \times 18\% / 100\% = 128,7 \text{ руб.}$$

$$Ц_{\text{отп. с НДС}} = 500 + 150 + 65 + 128,7 = 843,7 \text{ руб.}$$

#### **Контрольная работа.**

##### **Вариант 3.**

*Вопрос:* Факторы рыночного ценообразования.

*Задача.* Себестоимость равна 100 руб.; приемлемая рентабельность составляет 10%; НДС – 18%; максимально возможный уровень розничной цены – 150 руб.

Каков процент торговой скидки, торговой надбавки?

*Решение.* Для определения размера посреднического вознаграждения необходимо иметь два уровня цен – уровень цены, по которой посредник закупает товар (по условия задачи – это отпускная цена), и уровень цены, по которой посредник реализует товар (с учетом условий задачи – это розничная цена).

Сказанное схематично можно представить следующим образом:

$$PC = C_{\text{отп.}} + TC (H).$$

Исходя из условия задачи:

$$C_{\text{отп.}} = c/c + П + НДС = 100 + 0,1 \times 100 + 0,18 \times (100 + 0,1 \times 100) = 129,8 \text{ руб.}$$

$$\text{Тогда } TH = TC = 150 - 129,8 = 20,2 \text{ руб.}$$

При равенстве торговой надбавки и торговой скидки в абсолютном выражении они различны в процентах:

$$TC = \frac{20,2 \times 100\%}{150} = 13,5\%; \quad TH = \frac{20,2 \times 100\%}{129,8} = 15,6\%.$$

### **Контрольная работа.**

#### **Вариант 4.**

*Вопрос:* Виды и функции цен.

*Задача.* Себестоимость равна 120 руб.; НДС составляет 18%; акциз – 30%; возможный уровень отпускной цены – 400 руб.

Какова рентабельность данного вида продукции?

*Решение.*  $C_{\text{отп.}} = c/c + П + А + НДС.$

Так как по условию задачи даны не все элементы отпускной цены, но даны ее уровень и ставка НДС, сначала находим величину НДС в цене в абсолютном выражении:

$$\text{НДС} = \frac{400 \times 18\%}{118\%} = 61 \text{ руб.}$$

Цена без НДС, но с акцизом, равна 339 руб. (400-61).

$$\text{Тогда } А = \frac{339 \times 30\%}{130\%} = 78,2 \text{ руб.}$$

Имея три элемента отпускной цены, находим оставшийся элемент – прибыль:

$$П = C_{\text{отп.}} - (c/c + А + НДС) = 400 - (120 + 78,2 + 61) = 140,8 \text{ руб.}$$

Следовательно, рентабельность данного вида продукции составит:

$$P = \frac{140,8}{120} \times 100\% = 117,3\%.$$

### **Контрольная работа.**

#### **Вариант 5.**

*Вопрос:* Система цен в экономике.

*Задача.* Определите уровень цены изготовителя за одно изделие и размер прибыли от реализации одного изделия, если приемлемая для изготовителя рентабельность составляет 15%.

Структура себестоимости по статьям калькуляции в расчете на 1000 изделий выглядит следующим образом.

1. Сырье и основные материалы	3000 руб.
2. Топливо и электроэнергия на технологические цели	1500 руб.
3. Оплата труда основных производственных рабочих	2000 руб.
4. Начисления на оплату труда	40% к оплате труда основных

5. Общепроизводственные расходы	производственных рабочих 10% к оплате труда основных производственных рабочих
6. Общехозяйственные расходы	20% к оплате труда основных производственных рабочих
7. Расходы на транспортировку и упаковку	5% к производственной себестоимости

*Решение.* 1. Исчисляем в абсолютном выражении косвенные расходы, данные в процентах к оплате труда основных производственных рабочих, на 1000 изделий:

начисления на оплату труда =  $2000 \text{ руб.} \times 40\% / 100\% = 800 \text{ руб.}$ ;

общепроизводственные расходы =  $2000 \text{ руб.} \times 10\% / 100\% = 200 \text{ руб.}$ ;

общехозяйственные расходы =  $2000 \text{ руб.} \times 20\% / 100\% = 400 \text{ руб.}$

2. Определяем производственную себестоимость как сумму расходов статей 1-6.  
Производственная себестоимость 1000 изделий =  $3000 + 1500 + 2000 + 800 + 200 + 400 = 7900$  руб.

3. Расходы на транспортировку и упаковку =  $7900 \text{ руб.} \times 5\% / 100\% = 395 \text{ руб.}$

4. Полная себестоимость 1000 изделий =  $7900 \text{ руб.} + 395 \text{ руб.} = 8295 \text{ руб.}$ ; полная себестоимость одного изделия =  $8,3 \text{ руб.}$

5. Цена изготовителя на одно изделие =  $8,3 \text{ руб.} + 8,3 \text{ руб.} \times 15\% / 100\% = 9,5 \text{ руб.}$

6. В том числе прибыль от реализации одного изделия =  $8,3 \text{ руб.} \times 15\% / 100\% = 1,2$  руб.

### **Контрольная работа.**

#### **Вариант 6.**

*Вопрос:* Состав и структура цены.

*Задача.* Фирма продает 100 ед. товара по 20 руб. каждая. Переменные затраты составляют 7 руб. на единицу товара, а постоянные – 3 тыс. руб. при производстве 200 ед. Фирма получает предложение о продаже товара на новом рынке. При этом она планирует сохранить в полном объеме продажу товара на первом рынке, а имеющиеся мощности позволяют увеличить производство до 200 ед. товара.

Какую минимальную приемлемую цену может установить фирма?

*Решение.* Минимальная приемлемая цена для второго рынка будет любой выше 7 руб., т.к. любая цена, превышающая переменные затраты, принесет выгоду. Первый рынок обеспечивает внешнюю экономию для второго рынка за счет включения постоянных затрат в свою цену. В результате у фирмы появляется возможность реализовать данный товар на втором рынке по более низкой цене, чем цена первого рынка.

Оптимальная цена для нового рынка должна определяться сложившимися на нем условиями спроса и конкуренции.

### **Контрольная работа.**

#### **Вариант 7.**

*Вопрос:* Цели ценовой политики и принципы ценообразования.

*Задача.* Фирма может воспользоваться одним из двух вариантов реализации своей продукции: по цене 70 руб. за ед. фирма может продать 20 ед., а при цене 60 руб. за ед. она способна увеличить объем продаж до 40 ед. Значит, чем ниже цена, тем больше объем продаж.

На рынке есть 40 покупателей, заинтересованных в продукции фирмы. Половина покупателей желает приобретать продукцию только в начале каждого периода, даже если придется уплатить по 70 руб. за ед. Другая половина чувствительна к уровню цены и готова купить продукцию в любое время, но не дороже 50 руб. за ед.

По какой цене фирма должна продавать свою продукцию?

*Решение.* Может показаться, что фирма неспособна прибыльно продавать свою продукцию на рынке, поскольку цены фирмы превысят возможности отдельных групп покупателей. Однако фирма может с выгодой продавать свою продукцию, если она использует неоднородность спроса покупателей, применяя стратегию периодической скидки.

При выборе первого варианта цена 70 руб. полностью удовлетворяет спрос нечувствительных к цене покупателей, но отсекает другую половину рынка – покупателей, чувствительных к цене. Общий объем продаж при этом составит 1,4 тыс. руб. (70 руб. × 20).

Наилучшим для фирмы является второй вариант. Она должна выпускать по 40 ед. за период при затратах 40 руб. на ед., устанавливая цену на уровне 70 руб. за ед. в начале каждого периода, систематически снижая ее к концу периода до 50 руб. за ед.

Отметим, что реализация товара будет осуществляться в среднем по 60 руб. за ед. продукции.

### **Контрольная работа.**

#### **Вариант 8.**

*Вопрос:* Политика цен жизненного цикла товара.

*Задача.* Минимальная цена продаж у фирмы 50 руб. за ед. товара. Распределение цен на один и тот же товар составляет от 50 до 70 руб., т.к. существует несколько фирм с разной структурой затрат. На поиск товара с самой низкой ценой (50 руб.) требуется затратить один час. Предположим, что возможные издержки времени покупатель оценивает от 0 до 20 руб. в час.

Какая стратегия будет лучшей для покупателя, а какая – лучшей для продавца?

*Решение.* Предположим, что распределение цен таково, что средний покупатель, не занимающийся поиском и не информированный о ценах, платит за товар 60 руб. покупатель, занимающийся поиском, экономит в среднем 10 руб. (60 руб. – 50 руб.). Таким образом, приобретать товар должны только те покупатели, которые оценивают свои издержки времени менее 10 руб.

Допустим, одни покупатели ищут товар, а другие приобретают его по принципу случайности. Какую стратегию должна выбрать фирма, минимальная цена продаж для которой составляет 50 руб.?

Фирма должна использовать стратегию снижения цен по принципу случайности, т.е. установление высокой цены (70 руб.) и регулярное ее снижение (до 50 руб.). Важен характер скидки. Для неинформированных покупателей скидки должны быть случайны и нечасты. Тогда они не смогут угадать цену во второй раз и будут приобретать товар случайным образом, обычно платя высокую цену. Информированные покупатели, напротив, подождут, пока смогут приобрести товар по более низкой цене.

### **Контрольная работа.**

#### **Вариант 9.**

*Вопрос:* Тактические аспекты ценовой политики.

*Задача.* Фирма периодически снижает цены. Минимальная цена продаж при производстве 40 ед. продукции равна 50 руб. за ед. Конкуренты с такой же структурой затрат могут свободно выйти на рынок. Какую цену должна установить фирма при таких условиях?

*Решение.* Чтобы остаться на рынке, фирме придется продавать товар по 30 руб. всем покупателям. Это возможно при увеличении масштабов производства и соответствующем снижении средних общих затрат на ед. продукции.

### **Контрольная работа.**

#### **Вариант 10.**

*Вопрос:* Скидки как инструмент ценовой политики фирмы.

*Задача.* Существует конкурентный рынок, затраты на котором тесно связаны со степенью освоения производства. Фирмы А, В, С и D выпускают одинаковую продукцию по 200 ед. за период каждая, но у фирмы А больше опыта, а средние затраты на ед. минимальны и равны 25 руб. Цена в настоящий момент составляет 45 руб. за ед. продукции. Потребители чувствительны к уровню цены и немедленно реагируют на ее изменение. Какую ценовую стратегию стоит предпочесть фирме А?

*Решение.* Отметим, что фирма А получает больше дохода, чем другие. Неплохой стратегией для этой фирмы было бы установление агрессивных цен, даже на уровне 25 руб. за ед. продукции. У этой стратегии есть два преимущества: 1) она разорительна для фирм В, С и D, которым, возможно, придется покинуть рынок; 2) фирма А сможет выиграть от захвата части рынка других фирм и быстрее приобрести свой рынок. Увеличение объема продаж приведет к снижению затрат на ед. продукции. Низкая цена будет стимулировать большее число покупателей, давая возможность фирме А использовать экономию на росте масштабов производства. В результате общий размер выручки и прибыли возрастет.

### **Контрольная работа.**

#### **Вариант 11.**

*Вопрос:* Этапы разработки ценовой стратегии.

*Задача.* Фирмы могут производить товары двух уровней качества при условии, что минимальная цена продаж для товара низкого качества составляет 120 руб., высокого – 140 руб. за ед. Во избежание конфликта престижа каждая фирма выбирает производство товара только одного уровня качества и может продавать его по любой цене – 120 или 140 руб. за ед. Но некоторые фирмы продают высококачественный товар по 140 руб., а низкокачественный – по 120 руб. за ед.

Покупатели с легкостью найдут самую низкую цену, позвонив по телефону или просмотрев прейскурант. Обычно они предпочитают более высокое качество, но для определения дифференциации качества и цен потребуется затратить 1 час. Предположим, что возможные издержки времени покупатель оценивает от 0 до 50 руб. в час. Какую стратегию покупок предпочтут покупатели и какова будет стратегия ценообразования для фирм?

*Решение.* Фирмы могут выбрать один из трех возможных вариантов установления цены (но ни одна фирма не станет продавать высококачественный товар менее чем по 140 руб.): 1) они могут производить низкокачественный товар и продавать его по 120 руб.; 2) производить высококачественный товар и продавать его по 140 руб.; 3) они могут продавать низкокачественный товар по 140 руб., предполагая, что некоторые покупатели не определяют точно качество. То есть использовать стратегию сигнализирования ценами.

Покупатели также могут выбрать одну из трех стратегий. Те, кто низко оценивает полезность своего времени, могут изучить качество и купить высококачественный товар по цене 140 руб. Покупатели, высоко оценивающие затраты времени, могут купить товар по низкой цене или же купить дорогой товар, надеясь на его высокое качество.

### **Контрольная работа.**

#### **Вариант 12.**

*Вопрос:* Затратное ценообразование

*Задача.* Фирма производит товар длительного пользования, минимальная цена продаж которого равна 10 тыс. руб. за ед., а срок пользования – 3 года. Для нормальной работы в течение этого времени потребуются дополнительные товары по цене 50 руб. в месяц за ед. Однако все покупатели готовы заплатить не более 5 тыс. руб. за основной товар, но приобретут дополнительные товары по цене 200 руб. за ед. при условии, что их не нужно будет покупать чаще, чем один раз в месяц. Предположим, что все покупатели будут приобретать дополнительные товары регулярно, а процент снижения будущих доходов

фирмы равен нулю.

Какую ценовую стратегию стоит принять фирме?

*Решение.* При данных предположениях фирму вполне устроит продажа базового товара по 5 тыс. руб., а дополнительных – по 200 руб. Общий доход за время функционирования товара составит 5,4 тыс. руб. (3 года × 12 месяцев × 150 руб.), что компенсирует потери при продаже базового продукта.

### Контрольная работа.

#### Вариант 13.

*Вопрос:* Выбор типа ценовой стратегии.

*Задача.* Рассчитайте прибыль от продажи всего ассортимента (товары А, Б, В) методом калькуляции на базе полных (40%) к прямым и прямым затрат, оптимизируйте ассортиментный набор с позиции прибыльности.

	А	Б	В
Продажная цена, тыс. руб.	9	8	10
Сбыт, тыс. шт.	200	500	300
Прямые затраты, млн. руб.	1300	2800	2000

*Решение.*

	А	Б	В	Итого
1. Продажная цена, тыс. руб.	9	8	10	
2. Сбыт, тыс. шт.	200	500	300	
3. Прямые затраты, млн. руб.	1300	2800	2000	6100
4. Выручка, млн. руб. (пп 1×2)	1800	4000	3000	8800
5. Постоянные затраты, млн. руб. (0,4 × п 3)	520	1120	800	2440
6. Прибыль, млн. руб. (пп 4 – 3 – 5)	-20	80	200	260

Вывод по результатам калькуляции на базе полных затрат: товар А неприбыльный, его нужно исключить из ассортимента.

Калькуляция на базе прямых затрат:

<i>а) по всему набору (А, Б, В)</i>				
5. Покрытие постоянных затрат, млн. руб. (пп 4 – 3)	500	1200	1000	2700
6. Прибыль, млн. руб.				260
<i>б) по товарам Б, В (А исключен из портфеля)</i>				
5. Покрытие постоянных затрат, млн. руб. (пп 4 – 3)		1200	1000	2200
6. Прибыль, млн. руб.				- 240

Решение об удалении товара А было неверным: он вносит на покрытие общих затрат 500 млн. руб. и если исключить товар А, то эта сумма должна будет увеличить цены Б,В, что снизит сбыт и конкурентоспособность.

### Контрольная работа.

#### Вариант 14.

*Вопрос:* Классификация и калькулирование издержек для ценообразования.

*Задача.* Компания производит один вид изделия. Согласно годовой смете цена реализации единицы продукции 25 ден. ед. Переменные издержки на единицу продукции 8 ден. ед. Постоянные издержки составляют 210000 ден. ед. Сметная прибыль равна 300000 ден. ед. Уровень прибыли считается неприемлемым, поэтому есть альтернативные предложения:

а) уменьшить цену реализации на 10%; результат – увеличение объема реализации на 6%;

б) увеличить цену реализации на 8%; результат – уменьшение объема на 4%.

Определить:

1) точку безубыточности в объеме реализации и порог безубыточности в доходах от реализации по данным, предусмотренным сметой;

2) по сметным данным рассчитать, на какую величину в процентном выражении необходимо изменить цену реализации, чтобы получить прибыль в размере 420000 ден. ед.;

3) годовую прибыль по каждому предложению.

*Решение.* 1) Определяем точку безубыточности:

$$Q_6 = \frac{FC}{P - AVC} = \frac{210000}{25 - 8} = 12353.$$

Так как:

$$\Pi = P \times Q - FC - AVC \times Q,$$

то порог безубыточности можно определить как

$$Q = \frac{\Pi + FC}{P - AVC} = \frac{300000 + 210000}{25 - 8} = 30000.$$

2) Определим цену для получения целевой прибыли по формуле:

$$P_{ц} = \frac{\Pi_{ц} + FC + AVC \times Q}{Q} = \frac{420000 + 210000 + 8 \times 12353}{12353} = 60.$$

$$P = \frac{420000 + 210000 + 8 \times 30000}{30000} = 29.$$

$$\Delta P = 29/25 = 1,16.$$

$$3) \Pi = P \times Q - ((AVC \times Q) + FC)$$

$$а) P_1 = 25 - 25 \times 0,1 = 22,5.$$

$$Q_1 = 30000 + 0,06 \times 30000 = 31800.$$

$$\Pi_1 = 22,5 \times 31800 - (8 \times 31800 + 210000) = 251100.$$

$$б) P_2 = 25 + 25 \times 0,08 = 27.$$

$$Q_2 = 30000 - 0,04 \times 30000 = 28800.$$

$$\Pi_2 = 27 \times 28800 - (8 \times 28800 + 210000) = 337200.$$

### **Контрольная работа.**

#### **Вариант 15.**

*Вопрос:* Ценообразование с учетом ценности товара.

*Задача.* Предприятие – изготовитель холодильников располагает следующими параметрами:

переменные издержки – 10 тыс. руб. (на ед. товара);

постоянные издержки – 300000 тыс. руб.;

ожидаемый объем сбыта – 50000 штук.

Предположим, что изготовитель холодильников инвестирует капитал в 1 млн. руб. и хочет получить на него доход 20%. Какую цену при этом он должен установить.

*Решение.* В данном случае цену можно рассчитать по методу дохода на капитал.

Вначале определим издержки единицы товара (себестоимость):

$$C = 10000 + 300000/50000 = 16 \text{ тыс. руб.}$$

Тогда цена будет равна:

$$P = 16 + \frac{0,20 \times 1000000}{50000} = 20 \text{ тыс. руб.}$$

### Контрольная работа.

#### Вариант 16.

*Вопрос:* Ценообразование с учетом конкуренции.

*Задача.* Фирме необходимо определить величину цены электродвигателя мощностью 20 кВт. В качестве базисного принимается электродвигатель мощностью 10 кВт по цене 2100 руб. Все остальные технико-экономические параметры обоих двигателей одинаковы.

*Решение.* В соответствии с методом удельных показателей цена электродвигателя мощностью 20 кВт составит:

$$P_1 = (2100/10) \times 20 = 4200 \text{ руб.}$$

### Контрольная работа.

#### Вариант 17.

*Вопрос:* Эконометрические методы определения цен.

*Задача.* Предположим, что регрессионное уравнение зависимости цены центробежного насоса А от технико-экономических параметров имеет следующий вид:

$$P_A = 390,65 + 204,68 x_A,$$

где  $x_A$  – подача воды центробежным насосом в м<sup>3</sup>/час.

Какова будет расчетная цена  $P_B$  насоса В, у которого  $x_B = 360$  м<sup>3</sup>/час.

*Решение.* По методу регрессионного анализа

$$P_B = 390,65 + 204,68 \times 360 = 74075,45 \text{ руб.}$$

### Контрольная работа.

#### Вариант 18.

*Вопрос:* Трансфертные цены и методы их определения.

*Задача.* Фирме необходимо рассчитать отпускную цену на новый автомобиль балльным методом при условии следующих экспертных оценок основных параметров качества:

Автомобили	Параметры					
	Комфортабельность		Надежность		Проходимость	
	Баллы	Коэфф-т весомости	Баллы	Коэфф-т весомости	Баллы	Коэфф-т весомости
Базовый	45	0,2	70	0,4	80	0,4
Новый	50	0,2	83	0,4	80	0,4

Цена базовой модели  $P_0 = 135000$  руб.

$$P_1 = \frac{135000 \times (50 \times 0,2 + 83 \times 0,4 + 80 \times 0,4)}{45 \times 0,2 + 70 \times 0,4 + 80 \times 0,4} = 147400 \text{ руб.}$$

### Контрольная работа.

#### Вариант 19.

*Вопрос:* Изменение логики анализа финансовой отчетности для нужд ценообразования.

*Задача.* Группе потребителей было предложено оценить ценностную значимость трех марок новых пылесосов путем распределения 100 баллов между ними. Потребители дали следующие комплексные оценки: 42, 33, 25. Средняя цена пылесосов равна 200 тыс. руб.

Определить цену новых пылесосов.

*Решение.* Средняя оценка по данным равна:  $(42+33+25)/3=33$  балла. Для определения

цены новых пылесосов исчислим среднюю удельную цену одного балла. Она равна:  $200/33 = 6,06$  тыс. руб. Тогда цена первого пылесоса будет равна:  $6,06 \times 42 = 255$  тыс. руб., цена второго:  $6,06 \times 33 = 200$  тыс. руб., цена третьего:  $6,06 \times 25 = 152$  тыс. руб.

### Контрольная работа.

#### Вариант 20.

*Вопрос:* Определение относительного выигрыша в результате управления ценами.

*Задача.* Определить на стадии технического задания проектную себестоимость ( $C_n$ ) и цену ( $\Pi_n$ ) нового топливного фильтра грубой очистки применительно к условиям освоенного серийного производства, если известно, что значение основного параметра нового фильтра ( $\Pi_n$ ) – пропускной способности фильтра – равно  $25 \text{ кг} \times \text{час}$ , средние удельные затраты по основным материалам ( $У_{о.м.}$ ), исчисленные по группе фильтров, равны  $0,03 \text{ руб./кг} \times \text{час}$ , удельный вес затрат по основным материалам ( $A_m$ ) в полной себестоимости равен  $27,7\%$ , среднеотраслевая рентабельность –  $18\%$  к полной себестоимости.

*Решение.* Затраты основных материалов ( $C_n$ ) на новый фильтр равны:

$$C_n = У_{о.м.} \times \Pi_n = 0,03 \times 25 = 0,75 \text{ руб.}$$

Полная себестоимость нового фильтра равна:

$$C_n = \frac{C_n}{A_m} \times 100\% = \frac{0,75 \times 100}{27,7} = 2 \text{ руб. } 70 \text{ коп.}$$

$$\Pi_n = C_n \times (1 + P_n) = 2,70 \times 1,18 = 3 \text{ руб. } 18 \text{ коп.}$$

### Контрольная работа.

#### Вариант 21.

*Вопрос:* Принятие решений предприятием с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства.

*Задача.* Цены для продуктов А и С, рассчитанные на основе затрат, не были приняты рынком. Вполне реализуемыми являются цены не больше 10 у.е. Методом калькуляционного выравнивания определите цену ходового товара В, необходимую для сохранения плановой выручки.

	А	В	С
Запланированный сбыт, тыс. шт.	100	500	300
Цена на основе затрат, у.е.	12	8	11
Цена, реализуемая на рынке, у.е.	9,9	?	9,8

*Решение.*

	А	В	С	Итого
1. Запланированный сбыт, тыс. шт.	100	500	300	
2. Цена на основе затрат, у.е.	12	8	11	
3. Цена, реализуемая на рынке, у.е.	9,9	?	9,8	
4. Планируемая выручка, тыс. у.е. (пп 1×2)	1200	4000	3300	8500
5. Реализуемая выручка, тыс. у.е. (пп 1×3)	990	?	2940	3930

Недопокрытие по товару  $B = 8500 - 3930 = 4570$  тыс. у.е.  
 Искомая цена =  $4570 / 500 = 9,14$  у.е.

**Контрольная работа.**

**Вариант 22.**

*Вопрос:* Роль и необходимость государственного регулирования рыночных цен.

*Задача.* Определите размер годового дохода на акцию и укажите единицу его измерения, если известны следующие показатели:

Показатели	Варианты задачи				
	I	II	III	IV	V
Годовая общая прибыль, тыс. руб.	1200	1300	1500	28000	60000
Необходимые расходы и платежи из прибыли, тыс. руб.	1140	1150	1410	25200	55800
Количество выпущенных обыкновенных акций, ед.	120	150	300	500	2000

*Решение.* Годовая чистая прибыль компаний, как правило, не направляется полностью на выплату дивидендов по обыкновенным акциям. Часть ее резервируется на различные цели. Поэтому акционеру важно оценить степень прибыльности компании после произведения ею всех необходимых расходов и платежей по налогам, долгам, сборам и т.д., т.е. до выплат дивидендов по обыкновенным акциям. Такую оценку позволяет сделать показатель дохода на акцию:

$$D_a = \frac{П - P}{K_a},$$

где  $D_a$  – доход на акцию;

$П$  – годовая общая прибыль;

$P$  – необходимые расходы из прибыли;

$K_a$  – количество выпущенных акций.

Подставляя значения вариантов задачи в эту формулу находим их решение.

**Контрольная работа.**

**Вариант 23.**

*Вопрос:* Роль оценки риска принимаемых решений в ценообразовании.

*Задача.* Экспортер предложил цинковый концентрат с содержанием цинка 69% по цене 120 долл. США за тонну. При этом  $K = 9\%$ ;  $C_n = 60$  долл.;  $C_c = 250$  долл. Определить обоснованность запрашиваемой цены.

*Решение.* Для оценки обоснованности цены цинкового концентрата необходимо использовать данные о биржевых ценах на цинк, изготавливаемый из этого концентрата. Для этого можно воспользоваться формулой:

$$X = \frac{C_c (P_c - K)}{100} - C_n, \text{ где}$$

$X$  – определяемая мировая цена за 1 т цинкового концентрата;

$C_c$  – средняя цена за 1 т цинка на Лондонской бирже металлов за определенный

период (от 6 мес. до 1 года);

$P_{ц}$  – процентное содержание цинка в концентрате;

$K$  – коэффициент, учитывающий потери цинка при переработке концентрата в цинк самой высшей чистоты (98%);

$C_{п}$  – стоимость переработки 1 т концентрата в чистый цинк.

Подставив данные в приведенную формулу получим:

$$X = \frac{250(69 - 9)}{100} - 60 = 90 \text{ долл.}$$

Как видим, расчет показал, что цена, предложенная экспортером, завышена.

### **Контрольная работа.**

#### **Вариант 24.**

*Вопрос:* Понятие мировой цены и особенности ее формирования на различные товары.

*Задача.* Определите отпускную цену производителя и рассчитайте цены «франко железнодорожный вагон», ФАС, FOB, CFR и CIF на основе следующих данных:

1) себестоимость – 400 руб.;

2) прибыль – 25%;

3) перевозка к железнодорожной станции – 3 руб.;

4) стоимость погрузки в вагон – 1,2 руб.;

5) стоимость перевозки до порта – 4 руб.;

6) стоимость погрузочно-разгрузочных работ – 1,5 руб.;

7) стоимость доставки на борт судна и складирования на судне – 1 руб.;

8) морской фрахт до порта назначения – 200 долл. (1 долл. = 32 руб.);

9) страхование – 3%.

*Решение.*

Отпускная цена изготовителя =  $400 \times 1,25 = 500$  руб.

Цена «франко железнодорожный вагон» =  $500 + 3 + 1,2 = 504,2$  руб.

Цена ФАС =  $504,2 + 4 + 1,5 = 509,7$  руб.

Цена FOB =  $509,7 + 1 = 510,7$  руб.

Цена CFR =  $510,7 + 200 \times 32 = 6910,7$  руб.

Цена CIF =  $6910,7 \times 1,03 = 7118,02$  руб.

### **Контрольная работа.**

#### **Вариант 25.**

*Вопрос:* Новаторские концепции ценообразования.

*Задача.* В отчетном году было продано головных уборов на 800 тыс. руб., меховых изделий – на 3 млн. руб., галантереи – на 400 тыс. руб.

Необходимо определить общий индекс цен на эти товары, если известно, что цены на головные уборы были снижены на 8%, на меха – на 5%, на галантерею – на 10%.

*Решение.*

Общий индекс цен на товары рассчитывается по формуле:

$$\frac{\sum P_1 * Q_1}{\sum \frac{1}{i_p} * P_1 * Q_1} = \frac{0,8 + 3 + 0,4}{\frac{0,8}{0,92} + \frac{3}{0,95} + \frac{0,4}{0,9}} = 0,94.$$

*Методические рекомендации по подготовке и процедуре осуществления контроля выполнения*

Цель контрольных заданий: контроль сформированности практических навыков использования теоретических знаний в решении прикладных экономических задач.

При подготовке к выполнению контрольных заданий необходимо обратиться к конспектам практических заданий и заданиям самостоятельно выполненных работ для закрепления алгоритма решения типовых задач.

*Критерии оценивания*

Шкала оценивания	
Не зачтено (36-60 баллов)	Зачтено (61-70 баллов)
Обучающийся имеет 36-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля. На зачете не выполнил предложенное преподавателем задание. По итогам промежуточного контроля получил 0 баллов	Обучающийся имеет 36-50 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачете полностью выполнил одно задание и частично (полностью) второе задание. По итогам промежуточного контроля получил от 11 до 25 баллов. Обучающийся имеет 51-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачете выполнил одно задание полностью либо частично выполнил оба задания. По итогам промежуточного контроля получил от 1 до 10 баллов. Обучающемуся, имеющему 61-70 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, выставляется отметка «зачтено» без сдачи зачета

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное  
государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова» (КБГУ)**

Институт права, экономики и финансов

Кафедра экономики и учетно-аналитических информационных систем

Дисциплина Ценообразование

**БИЛЕТ № 1**

1. Цена как экономическая категория. Теоретические основы цены.
2. Стратегия ценового прорыва

**Задача**

Существует конкурентный рынок, затраты на котором тесно связаны со степенью освоения производства. Фирмы А, В, С и D выпускают одинаковую продукцию по 200 ед. за период каждая, но у фирмы А больше опыта, а средние затраты на ед. минимальны и равны 25 руб. Цена в настоящий момент составляет 45 руб. за ед. продукции. Потребители чувствительны к уровню цены и немедленно реагируют на ее изменение. Какую ценовую стратегию стоит предпочесть фирме А?

Руководитель ОПОП \_\_\_\_\_ Г.А. Эфендиева

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ А.Х. Шидов