

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Ценообразование

Код модуля
1161732(1)

Модуль
Экономика и финансы организаций
(предприятий)

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Загвоздина Валентина Николаевна	кандидат технических наук, доцент	Доцент	финансового и налогового менеджмента

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ **Ценообразование**

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Зачет	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1
		Кейс-анализ	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ **Ценообразование**

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ОПК-1 -Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной или исследовательской деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических подходов и фундаментальных знаний	Д-1 - Проявлять внимательность и усердие в поиске и применении фундаментального знания З-1 - Характеризовать основные методологические и теоретические подходы, позволяющие объяснять на основе фундаментального знания природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной области П-1 - Самостоятельно, опираясь на теоретические и методологические подходы, составить на основе критериев фундаментальных научных знаний характеристики явлений	Домашняя работа Зачет Кейс-анализ Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

	<p>и процессов для решения задач в своей профессиональной области</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять основные характеристики явлений и процессов на основе критериев фундаментальных научных знаний, используя основные теоретические и методологические подходы в своей профессиональной области</p>	
<p>ПК-1 -Способность подготавливать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов, обосновывать выбор методик их расчета и производить расчёт показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов, с учетом действующей нормативно-правовой базы</p>	<p>З-1 - Изложить основы построения современной системы показателей, характеризующих деятельность субъектов на микро- и макроуровне, объяснить их взаимосвязь и взаимозависимость</p> <p>З-2 - Описать типовые методики и алгоритмы расчета основных технико-экономических и финансовых показателей, характеризующих деятельность субъектов на макро- и микроуровне</p> <p>З-3 - Определить влияние основных технико-экономических и финансовых показателей на социально-экономические характеристики экономических процессов и явлений на микро- и макроуровне</p> <p>З-4 - Охарактеризовать основные требования законодательства к расчету и отчетному представлению экономических и финансовых показателей деятельности хозяйствующих субъектов</p> <p>П-1 - На основании отечественного и зарубежного опыта проводить анализ показателей деятельности субъекта, делать вывод о происходящих изменениях, устанавливать причины происходящих изменений</p>	<p>Домашняя работа</p> <p>Зачет</p> <p>Кейс-анализ</p> <p>Контрольная работа</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p>

	<p>П-2 - На основании собранной информации и проведенных расчетов технико-экономических и финансовых показателей деятельности хозяйствующих субъектов, готовить аналитические отчеты о их деятельности</p> <p>П-3 - Иметь практический опыт работы с основными видами бухгалтерской, финансовой и иной отчетности хозяйствующего субъекта</p> <p>У-1 - Подбирать источники информации для проведения необходимых расчетов и анализа показателей деятельности субъектов</p> <p>У-2 - Рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы технико-экономические, социально-экономические показатели и финансовые показатели деятельности субъекта</p> <p>У-3 - Применять на практике коэффициенты и оценки, связанные с анализом и прогнозом деятельности субъекта, в том числе с целью выявления ошибок и нарушений</p> <p>У-4 - Организовать процессы и процедуры сбора информации, необходимой для расчета технико-экономические, социально-экономические показатели и финансовые показатели деятельности субъекта</p> <p>У-5 - Дать оценку законности, правильности, целесообразности используемых в расчетах показателей деятельности</p>	
--	--	--

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО

**ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ
(ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)**

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.7		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	16	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.4		
Промежуточная аттестация по лекциям – зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.6		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.3		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	9	50
<i>кейс-анализ</i>	17	50
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям – нет		

Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Понятие и сущность цены в рыночных условиях
2. Виды цен и их классификация. Система цен. Методы ценообразования на предприятии
3. Влияние инфляции на ценообразование
4. Государственное регулирование цен
5. Стратегии ценообразования в маркетинговой политике предприятия
6. Понятия и цели трансфертного ценообразования
7. Влияние налогов на формирование цен. Взаимосвязь цен и налогов
8. Ценообразование в мировой торговле. Мировые цены и таможенная стоимость товара

Примерные задания

1. Для производства 300 булок подольского хлеба предприятием закуплено сырья на сумму 1000 рублей с учетом НДС. Издержки производства хлеба предприятием (без НДС) помимо затрат на сырье – 300 рублей. Прибыль устанавливается предприятием в размере 20% от совокупных издержек. Ставка НДС на хлеб – 10%.

Определите свободную отпускную цену промышленности на хлеб.

2. На предприятии производится бензин автомобильный с октановым числом “76”. Себестоимость 1 тонны бензина – 2500 рублей. Расчетная прибыль предприятия на 1 тонну бензина – 750 рублей. Ставка акциза – 455 рублей за 1 тонну. Оптовая организация по договоренности установила оптово-сбытовую надбавку в размере 18%. Ставка НДС – 20%.

Рассчитайте оптовую рыночную цену за 1 тонну бензина.

3. Предприятие производит ликер с содержанием спирта 28%. Себестоимость 1 бутылки емкостью 0,5 литра – 36 рублей. Прибыль устанавливается предприятием-изготовителем в размере 20% от себестоимости. Ставка акциза 84 рубля за 1 литр безводного (сто процентного) этилового спирта, содержащегося в подакцизном товаре. Ставка НДС – 20%. Торговая надбавка составляет 25% от отпускной цены предприятия.

Рассчитайте розничную цену 1 бутылки ликера.

4. Предприятие Б планирует выйти на рынок с новым товаром. Реализация опытной партии показала, что объем продаж (в натуральном выражении) зависит от уровня цен. Результаты наблюдений указаны в таблице 1.

Условно-постоянные расходы на производство и реализацию товара покупателям составляют 4 000 рублей. Условно-переменные расходы на единицу товара – 40 рублей.

Задание:

1. Построить модель зависимости объема продаж от цены.
2. Рассчитать ожидаемый объем продаж при уровне цен от 5 до 90 рублей.
3. Посчитать совокупные затраты на производство и реализацию для различных объемов продаж.
4. Разработать модель зависимости прибыли от цены.
5. Определить, при каком объеме продаж фирма начинает получать прибыль.
6. Определить оптимальную цену продажи нового товара, при которой прибыль достигнет максимального значения.

5. Закуплена партия языков крупного рогатого скота на 3 000 долларов по цене 1,5 доллара за 1 кг. Ставка таможенной пошлины 30% от таможенной стоимости, но не менее 1,2 ЕВРО за 1 кг. Сборы за таможенное оформление составляют 0,15% от таможенной стоимости партии. НДС взимается при таможенном оформлении по ставке 20%.

Рассчитайте оптовую цену 1 кг языков, если оптовая надбавка составляет 12% от растаможенной стоимости партии без НДС, а курс ЕВРО и доллара на момент пересечения товаром границы был 30 и 29 рублей соответственно.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

1. Тестовые задания по всем темам курса

Примерные задания

1. Покупателю в условиях инфляции более выгодна:

- а) розничная цена,
- б) подвижная цена,
- в) скользящая цена,
- г) нет правильного ответа.

2. Розничная цена отличается от отпускной цены производителя на величину:

- а) косвенных налогов,
- б) издержек и прибыли торговой компании,
- в) скидки.

3. Как начисляются налоги на отпускную цену:

- а) сначала акциз, потом НДС,
- б) сначала НДС, потом акциз,
- в) очередность не имеет значения.

4. К постоянным затратам не относятся:

- а) арендная плата,
- б) заработная плата ИТР,
- в) затраты на амортизацию оборудования,
- г) электрическая энергия для освещения помещений,
- д) правильного ответа нет.

5. Как называется цена, которая ниже себестоимости:

- а) окупаемая цена,
- б) демпинговая цена,
- г) цена распродажи,
- д) рыночная цена.

6. В зависимости от степени влияния государства на процесс ценообразования цены бывают:

- а) свободными;
- б) оптовыми,
- в) прейскуранными,
- г) регулируемые.

7. В состав себестоимости продукции включаются такие налоги, как:

- а) акциз,

- б) НДС,
- в) страховые взносы в пенсионный фонд,
- г) страховые взносы фонд ОМС.

8. Скидка, предоставляемая крупному оптовому покупателю:

- а) оптово-сбытовая,
- б) торговая,
- в) бонусная,
- г) дилерская.

9. Цены считаются мировыми, если соблюдаются условия:

- а) регулярности сделок,
- б) платеж осуществляется в свободно конвертируемой валюте,
- в) товар реализуется как на мировом, так и внутреннем рынке.

10. Что такое постоянные затраты:

- а) издержки, которые изменяются в зависимости от объема производства,
- б) издержки, которые остаются на одном уровне вне зависимости от изменений объема производства,
- в) совокупность всех производственных затрат.

11. Цена твердая – это:

- а) цена, полученная на основе объективно обусловленных оценок затрат и дохода от реализации продукции,
- б) цена, по которой продавец не согласен продать свой товар, или цена, которую готов заплатить покупатель,
- в) цена, установленная при заключении договора и остающаяся неизменной в течении всего срока его действия,
- г) цена товаров, приобретаемых розничным торговцем у оптовика для дальнейшей перепродажи.

12. Что такое тарифы?

- а) вид цен на продукцию производственно-технического назначения,
- б) вид цен на товары народного потребления,
- в) вид цен на услуги,
- г) метод установления цен на товары и услуги.

13. Отметьте правильное определение цены:

- а) денежное выражение стоимости товара, продукции (услуги),
- б) количество денег, в обмен на которые продавец готов передать (продать) единицу товара,
- в) коэффициентом обмена конкретного товара на деньги,
- г) все вышеперечисленные.

14. Внешние факторы, влияющие на ценообразование:

- а) покупательский спрос на продукцию,

- б) себестоимость продукции,
- в) общий уровень инфляции,
- г) качество материалов и труда.

15. Цена выражает отношения:

- а) в сфере производства,
- б) в сфере распределения,
- в) в сфере потребления,
- г) всю совокупность экономических отношений.

16. К переменным расходам не относятся:

- а) материальные затраты,
- б) заработную плату основных рабочих,
- в) амортизационные отчисления,
- г) общехозяйственные расходы.

17. Чем отличаются отпускные и розничные цен:

- а) отпускные цены устанавливаются на продукцию производственно-технического назначения, а розничные – на товары народного потребления,
- б) отпускные цены применяются в расчетах между организациями, а розничные в расчетах с населением и выступают как конечные цены,
- в) в структуре отпускной цены отсутствует торговая надбавка, а в структуре розничной цены присутствует,
- г) розничная цена больше отпускной цены на данный товар,
- д) все определения верны.

18. Функция, не присущая цене-

- а) регулирующая,
- б) стимулирующая,
- в) учётная,
- г) расчетная.

19. Рост производительности труда приводит к ...

- а) повышению качества продукции,
- б) снижению затрат труда на единицу продукции,
- в) экономии сырья и материалов,
- г) изменению соотношения затрат живого и вещественного труда.

20. Издержки по отношению к объему производства подразделяются на:

- а) постоянные и переменные,
- б) текущие и единовременные,
- в) производственные и непроизводственные,
- г) возвратные и невозвратные.

21. Пороговая выручка соответствует ...

- а) точке безубыточности,

- б) максимальному объёму продаж,
- в) минимальному объёму продаж,
- г) среднему объёму продаж.

22. Цена товара окончательно формируется ...

- а) в сфере производства,
- б) в сфере реализации,
- в) в процессе потребления,
- г) в процессе распределения.

23. На формирование ценовой политики предприятия оказывают влияние:

- а) потенциальные потребители,
- б) издержки производства,
- в) издержки обращения,
- г) уровень цен конкурентов,
- д) все вышеперечисленное.

24. Затратный подход к ценообразованию учитывает:

- а) все фактические затраты на производство и сбыт товаров,
- б) прямые затраты на производство товара,
- в) постоянные и переменные затраты на производство товара.

25. Какие из перечисленных видов товаров в настоящее время облагаются льготной ставкой НДС (косвенное регулирование):

- а) все продукты питания,
- б) медицинская техника,
- в) канцтовары,
- г) товары для детей,
- д) мебель.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Теневая экономика и цены
2. Прямые и косвенные налоги в составе цены
3. Ценообразование и ценовая политика
4. Ценообразование и ценовая политика в минерально-сырьевом комплексе
5. Ценообразование на электроэнергию
6. Ценообразование на тепловую энергию
7. Регулирование рынка и тарифов транспортных услуг
8. Формирование тарифов на перевозки железнодорожным транспортом
9. Тарифы на перевозки морским транспортом
10. Особенности ценообразования в сфере услуг
11. Ценообразование в жилищно-коммунальном хозяйстве
12. Ценообразование на услуги здравоохранения
13. Ценообразование на образовательные услуги

14. Цена на рынке труда
15. Метод трансфертного ценообразования, ориентирующийся на рыночную текущую цену товара
16. Метод трансфертного ценообразования, ориентирующийся на предельные издержки
17. Метод трансфертного ценообразования, ориентированный на договорные цены
18. Основные стратегии ценообразования
19. Политика цен жизненного цикла товара
20. Этапы разработки ценовой стратегии
21. Общая схема расчета цены
22. Затратные методы ценообразования
23. Рыночные методы ценообразования
24. Экономические методы определения цены
25. Ценообразование во внешней торговле
26. Цены, их влияние на экономику предприятия
27. Выбор метода ценообразования в зависимости от целей фирмы
28. Экспортные и импортные цены и особенности их формирования
29. Информация необходимая для принятия решения по ценам
30. Ценовая и неценовая конкуренция

Примерные задания

Домашняя работа выполняется исходя из примерного перечня тем домашних работ. Работа выполняется письменно и должна соответствовать следующим требованиям и критериям:

1. Работа включает в себя подготовку обзора литературы и интернет сайтов по тематике домашней работы
2. Домашняя работа состоит из введения, теоретической и аналитической частей, заключения и списка использованных источников.
3. Во введении обосновывается актуальность темы и формулируются цель и задачи работы.
4. Теоретическая часть включает обзор понятийного аппарата, изучение российского и мирового опыта по выбранной теме.
5. Аналитическая часть систематизирует основные количественные статистические показатели, характеризующие выбранный вопрос (проблему).
6. В заключении делается вывод по результатам работы.
7. Домашняя работа должна быть оформлена в соответствии с требованиями ГОСТ и внутренними нормативными документами университета.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.3. Кейс-анализ

Примерный перечень тем

1. Стратегии ценообразования в маркетинговой политики предприятия

Примерные задания

1. Перед фирмой стоит следующая ценовая проблема. Минимальная цена на продаж составляет 600 руб. при производстве 30 изделий и 500 руб. при производстве 50 изделий. В течение определенного периода времени имеет-ся 40 покупателей, заинтересованных в продукции фирмы. Половина из них привередлива и желает приобрести продукт только в

начале каждого периода, если даже приходится платить по 600 руб. за изделие. Другая половина чувствительна к уровню цены и готова купить продукт в любое время, но не дороже 400 руб. за изделие. По какой цене фирма может продать товар, и какую стратегию в данном случае применит фирма?

2. Диапазон цен реализации данного товара на рынке – от 70 до 90 руб., поскольку существуют несколько производителей и продавцов с различным уровнем и структурой затрат. 90 руб. – максимум того, что заплатят за товар покупатели. На поиск товара с самой низкой ценой (70 руб.) требуется затратить 1 час. Если потребитель не ищет товар, а покупает его у первого продавца, то может, если повезет, найти товар по 70 руб., если нет – по 90 руб. Предположим, что возможные издержки времени потребитель оценивает от 0 до 20 руб. в час. Какую стратегию должна выбрать фирма, при которой минимальная цена продаж составит 70 руб?

3. Имеется конкурентный рынок, затраты на котором тесно связаны со степенью освоения производства. Есть 4 фирмы - А, В, С, Д, каждая выпускает 200 единиц продукции, но у фирмы А больше опыта, средние затраты на единицу минимальны и равны 4,65 руб. Цены на единицу продукции в настоящий момент составляют 5 руб. Потребители чувствительны к уровню цены и немедленно реагируют на ее изменение. Какую ценовую стратегию следует выбрать фирме А?

4. Выход на рынок фирмы неограничен, а средняя минимальная цена продаж составляет 60 руб. за единицу товара при производстве 20 единиц и 40 руб. за единицу при производстве 40 единиц. При любом объеме для изготовления и поставки на рынок улучшенной модели товара потребуются дополнительные 20 руб. Предположим, что любые постоянные затраты на маркетинг двух товаров вместо одного незначительны. В товаре заинтересованы 40 покупателей. Половина из них чувствительна к уровню цены и желает получить товар лучшего качества, даже по более высокой цене. Другая половина чувствительна к цене и хочет приобрести базовую модель, но не дороже 40 руб. за единицу.

Какую ценовую стратегию следует выбрать фирме и какую модель по какой цене продавать?

5. Фирма производит товар длительного пользования, минимальная цена продаж которого равна 200 тыс. руб. за единицу, а срок пользования – 5 лет. Для нормального функционирования товара в течение этого времени потребуются взаимодополняющие товары по цене 5 руб. в месяц. Покупатели готовы заплатить не более 50 тыс. руб. за единицу основного товара, но приобретут дополнительные товары по цене 10 руб. при условии, что их не нужно будет покупать чаще, чем один раз в месяц. Предположим, что эти товары покупатели будут приобретать регулярно.

Какую ценовую стратегию должна выбрать фирма?

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Роль цены в национальной экономике
2. Понятие и экономическая сущность цены
3. Функции цены и их характеристика
4. Понятие системы цен и её основные элементы
5. Виды цен и их характеристика
6. Методы ценообразования на предприятии
7. Рыночные методы ценообразования
8. Затратные методы ценообразования
9. Параметрические методы ценообразования
10. Установление цен на основе безубыточности
11. Понятие и виды инфляции
12. Стадии развития инфляции
13. Понятие инфляционного ожидания и порядок его расчёта
14. Понятие, цели и методы государственного регулирования цен
15. Понятие и классификация стратегий ценообразования
16. Особенности стратегий премиального и нейтрального ценообразования
17. Характеристика стратегий скорейшего возврата вложенных средств
18. Достоинства и недостатки стратегии ценового прорыва
19. Модификации цен, планируемых в ценовой политике предприятия
20. Направленность неценовой конкурентности, её преимущества. Варианты цен при неценовой конкурентности
21. Достоинства и недостатки ценовой конкурентности. Случаи применения ценовой конкурентности
22. "Снятие сливок" и проникновение на рынок как стратегия ценообразования для новых товаров
23. Установление цен на варианты изготовления и дополняющие принадлежности. Целевое лидерство, убыточные лидеры, цены для особых случаев и цены-приманки
24. Сущность стратегии ценовой дискриминации и факторы дискриминации
25. Стратегии поддержания розничных цен
26. Стратегия интеграции рекомендуемых розничных цен и установления минимальных цен
27. Понятие и необходимость расчёта индексов цен и индексов дефляторов
28. Понятие мировых цен и их роль во внешнеэкономической деятельности
29. Основные виды мировых цен и их характеристика
30. Мировые цены и таможенная стоимость товара
31. Порядок установления цен на импортную продукцию
32. Порядок установления цен на экспортную продукцию
33. Порядок признания лиц взаимозависимыми, определение взаимозависимости лиц при совершении сделок между ними (ст.105.1 НК).
34. Виды налогов, подлежащих проверке в сделках между взаимозависимыми лицами, и связь НПр, НДС, НДФЛ, НДС с ценой товаров
35. Методы определения соответствия цен в сделках между взаимозависимыми лицами рыночным

36. Метод сопоставимых рыночных цен
 37. Метод цены последующей реализации
 38. Затратный метод
 39. Метод сопоставимый рентабельности
 40. Метод распределения прибыли
 41. Понятие и особенности трансфертного ценообразования
 42. Цели трансфертного ценообразования (экономическая и функциональная необходимость, организационные причины, стратегические соображения).
 43. Система и модели трансфертного ценообразования
 44. Роль транзакционных издержек в системе трансфертного ценообразования
 45. Проблемы трансфертного ценообразования в России и пути их решения
- LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Формирование социально-значимых ценностей	учебно-исследовательская, научно-исследовательская	Технология самостоятельной работы	ПК-1	У-1	Домашняя работа Зачет Кейс-анализ Контрольная работа