

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
 ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

УТВЕРЖДАЮ
 Первый проректор,
 проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин
 « 30 » 06 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.19	Ценообразование
<i>(Индекс дисциплины)</i>	<i>(Наименование дисциплины)</i>
Кафедра: 55	Экономики и финансов
<i>Код</i>	<i>Наименование кафедры</i>
Направление подготовки:	38.03.01 Экономика
Профиль подготовки:	Финансы и кредит
Уровень образования:	бакалавриат

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Всего	216	216
	Аудиторные занятия	78	12
	Лекции	39	4
	Лабораторные занятия	-	-
	Практические занятия	39	8
	Самостоятельная работа	111	195
	Промежуточная аттестация	27	9
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	8	9
	Зачет	7	-
	Контрольная работа	-	9
	Курсовая работа	-	-
Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)		6	6

Форма обучения:	Распределение зачетных единиц трудоемкости по семестрам											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная							2	4				
Заочная								0,5	5,5			

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по соответствующему направлению подготовки

на основании учебных планов № 1/1/360, 1/3/404

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре образовательной программы

Блок 1: Базовая Обязательная Дополнительно является факультативом
 Вариативная По выбору

1.2. Цель дисциплины

сформировать компетенции в области ценообразования, умения выбрать ценовую тактику и стратегию предприятия.

1.3. Задачи дисциплины

- показать теоретические основы цены как экономической категории;
- ознакомить с системой цен, действующей в экономике РФ и освоить принципы и методы ее построения;
- обучить методам формирования цен и проведения ценовой политики предприятия;
- выработать навыки решения проблем ценообразования, возникающих в практической деятельности предприятия.

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ПК-11	Способность критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию с учётом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	Второй этап
<p>Планируемые результаты обучения</p> <p>Знать: основные системы ценообразования; понятия цена и ценообразование; стратегии ценообразования.</p> <p>Уметь: правильно определять ценовую политику и стратегию хозяйствующего субъекта; грамотно оценивать конъюнктуру рынка для принятия правильного ценового решения;</p> <p>Владеть: Навыками расчета цен; навыками использования информационной базы, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен</p>		

1.5. Дисциплины (практики) образовательной программы, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- Экономика предприятия (ПК-11)
- Менеджмент(ПК-11)
- Экономика природопользования (ПК-11)
- Регионалистика (ПК-11)
- Экономическая теория (ПК-11)

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)	
	очное обучение	заочное обучение
Учебный модуль 1. Цена как экономическая категория.		

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)	
	очное обучение	заочное обучение
<p>Тема 1. Основные теоретические основы цены. Виды и функции цен.</p> <p>Теоретические основы цены: трудовая теория стоимости, теория предельной полезности, закон спроса и предложения. Цена и полезность товара.</p> <p>Место и роль цены в рыночном хозяйстве. Рынок и цена как категории, обусловленные товарным производством. Ключевая роль цены в рыночном хозяйстве. Законы спроса и предложения как важнейшие факторы, оказывающие влияние на формирование цен и их взаимодействие.</p> <p>Факторы, определяющие динамику цен. Стратегический и тактический факторы и их содержание. Конкуренция и цены.</p> <p>Экономические функции цены. Учетная, стимулирующая, распределительная функции и их характеристика. Функция цены по сбалансированию спроса и предложения и ее особая роль в условиях рынка.</p> <p>Функция цены как критерия рационального размещения производства. Взаимосвязь функций цены.</p> <p>Методология ценообразования. Методы и принципы ценообразования как важнейшие элементы методологии, их характеристика. Методики ценообразования.</p>	12	4
<p>Тема 2. Система ценообразующих факторов.</p> <p>Рыночный спрос и факторы, его определяющие. Взаимодействие цены и спроса. Характеристика объема спроса и функции спроса. Кривая спроса. Неценовые факторы, оказывающие влияние на изменение спроса.</p> <p>Взаимосвязь цены и предложения. Характеристика объема предложения и функции предложения. Кривая предложения. Неценовые факторы, влияющие на изменение предложения.</p> <p>Виды равновесия спроса и предложения. Определение равновесной цены и ее динамика.</p> <p>Факторы потребительского выбора.</p> <p>Эластичность спроса от цены, методы ее определения и учет в ценообразовании. Классификация товаров по степени эластичности спроса. Расчет коэффициентов эластичности: прямых, перекрестных, по доходу. Факторы, влияющие на эластичность спроса. Практическое применение коэффициента прямой эластичности по цене.</p>	12	4
<p>Тема 3. Классификация цен и их система.</p> <p>Определение системы цен. Взаимосвязь и взаимозависимость различных видов цен (оптовых, закупочных, розничных, тарифов транспорта). Определяющая роль цен на продукцию базовых отраслей промышленности, причины, обуславливающие взаимосвязь цен в единой системе.</p> <p>Виды цен и их классификация. Виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения (оптовые, закупочные, розничные), их роль и назначение. Оптовые (отпускные) цены предприятия (цены изготовителя продукции) и оптовые цены промышленности, розничные цены. Виды цен в зависимости от вида рынка (цены товарных аукционов, биржевые котировки, цены торгов). Внутрифирменные цены (трансфертные цены).</p> <p>Виды цен в зависимости от степени новизны товара, методы формирования цен на новые товары: цены «снятия сливок», престижные цены, цены «проникновения на рынок», цены следования за лидером и др. Цены на товары, реализуемые на рынке относительно длительное время (падающая, долговременная, потребительского сегмента рынка, гибкая).</p>	12	2
<p>Тема 4. Структура цены и ее элементы.</p> <p>Порядок формирования и структура оптовой цены предприятия, оптовой цены промышленности, розничной цены. Себестоимость и прибыль как элементы цены. Налог на добавленную стоимость (НДС) и акцизы, их роль в ценообразовании. Наценки и надбавки снабженческо-сбытовых и оптовых организаций. Торговые надбавки (скидки).</p>	14	2
<p>Тема 5. Государственное регулирование цен.</p>	14	2

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)	
	очное обучение	заочное обучение
<p>Государственное регулирование цен как необходимое условие функционирования рыночной экономики, его содержание и цели. Прямые и косвенные методы государственного регулирования цен, их влияние на ценообразование.</p> <p>Прямое регулирование цен, его методы, организация. Роль государственного регулирования цен в решении задач стабилизации экономики, ее стимулирования и социальной защиты населения. Регулирование цен продукции производственно-технического назначения, товаров и услуг на федеральном уровне и на уровне субъектов федерации. Фиксированные и предельные цены. Установление предельного уровня рентабельности, предельного размера снабженческо-сбытовых и торговых надбавок. Установление цен «потолка» и цен «пола». Сферы их использования. Возможные последствия.</p> <p>Механизм косвенного регулирования цен. Использование налогообложения, заработной платы, денежного обращения, кредита, валютного курса, таможенных пошлин для государственного регулирования цен.</p> <p>Государственное регулирование цен на продукцию естественных монополий. Государственные органы регулирования цен.</p> <p>Зарубежный опыт государственного регулирования цен.</p>		
Текущий контроль 1 (Тестирование)	2	-
Учебный модуль 2. Ценовая политика и стратегия фирмы		
<p>Тема 6. Ценовая политика предприятия. Разработка ценовой политики предприятия в соответствии с выработанной стратегией ценообразования. Цели ценовой политики. Условия возможных отклонений цен организации от принятой ею ценовой политики. Элементы тактики ценообразования. Скидки. Типы и виды скидок. Оптовые скидки: скидки за объем разовой закупки, ступенчатые скидки, кумулятивные скидки. Механизм расчета фактических цен сделок. Использование надбавок к цене в коммерческой деятельности организации. Стадии «жизненного цикла» товара (ЖЦТ) и их взаимосвязь с ценой.</p>	16	2
<p>Тема 7. Ценовые стратегии предприятия. Основные стратегии ценообразования. Этапы разработки ценовой стратегии. Стратегии конкурентного ценообразования: стратегия ценового прорыва, стратегия премиального ценообразования, стратегия нейтрального ценообразования. Факторы, обеспечивающие успешное применение стратегий конкурентного ценообразования. Препятствия в использовании стратегий конкурентного ценообразования. Стратегии ассортиментного ценообразования. Стратегии дифференцированного ценообразования. Основной и вторичный рынок. Способы дифференциации. Условия успешного применения стратегий дифференцированного ценообразования. Ценовые факторы выбора конкурентной стратегии и условия эффективной политики снижения цен (эффект масштаба; политика снижения цен для узкой группы покупателей; политика снижения цен на «убыточного лидера продаж»; снижение цен на стагнирующем рынке).</p>	16	2
Текущий контроль 2 (проверочная работа)	1	-
Промежуточная аттестация по дисциплине (зачёт)	9	-
Учебный модуль 3. Ценообразование и характеристики рынка. Методы ценообразования. Новаторские концепции ценообразования		
<p>Тема 8. Ценообразование и характеристики рынка. Методы ценообразования. Особенности ценообразования на различных типах рынков. Влияние конкуренции на процесс обоснования цен. Ценообразование на рынке совершенной (чистой) конкуренции.</p>	12	31

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)	
	очное обучение	заочное обучение
<p>Специфика формирования цен на рынке монополистической конкуренции. Формирование цен на рынке олигополистической конкуренции. Особенности ценообразования на рынке чистой монополии.</p> <p>Порядок ценообразования. Этапы процесса ценообразования: выбор цели, определение спроса, анализ издержек и цен конкурентов, выбор метода ценообразования, установление окончательной цены.</p> <p>Ценовая информация и ее роль в принятии решения по ценам. Виды информации. Данные и информация. Направления и перечень вопросов, по которым требуется качественная информация. Задачи, решаемые с помощью информации.</p> <p>Характеристика альтернативных подходов к ценообразованию: противоречия затратного и ценностного ценообразования.</p> <p>Сущность затратного ценообразования. Метод, основанный на определении полных издержек, его достоинства и недостатки. Метод, ориентирующийся на прямые затраты (предельное или маргинальное ценообразование). Расчет цен на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли.</p> <p>Рыночные методы ценообразования. Метод текущей цены и сфера его применения. Метод «запечатанного конверта» или тендерное ценообразование. Метод определения цен, ориентированный на нахождение равновесия между издержками производства и состоянием рынка. Алгоритм их расчета. Необходимость учета ответных действий конкурентов и возможной реакции потребителей.</p> <p>Методы ценностного ценообразования. Условия и предпосылки применения ценностных (маркетинговых) методов ценообразования. Последовательность этапов определения экономической ценности товара. Эконометрические методы ценообразования. Характеристика метода удельных показателей Удельное ценообразование: параметрический ряд, удельная цена, расчет удельных цен. Параметрическое ценообразование при одновременном изменении нескольких характеристик товара. Балловый метод ценообразования.</p> <p>Агрегатный метод и сфера его применения.</p>		
<p>Тема 9. Новаторские концепции ценообразования. Ассортиментная политика фирмы и ценообразования. Пакетное ценообразование. Ценообразование с учётом фактора времени. Ценообразование и электронная торговля. Ценообразование и оценка бизнеса</p>	12	30
<p>Тема 10. Методология и практика управления затратами и ценами на предприятии. Принятие решений предприятием с учётом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства. Целесообразность снижения и повышения цен. Реакция фирмы на изменение цен конкурентами</p>	12	31
<p>Текущий контроль 3 (Тестирование)</p>	1	-
<p>Учебный модуль 4. Отраслевые особенности ценообразования</p>		
<p>Тема 11. Особенности ценообразования в отдельных отраслях экономики. Ценообразование на топливно-энергетическом рынке. Виды цен на топливно-энергетические ресурсы.</p> <p>Рынок потребительских товаров и услуг. Розничные, свободные, регулируемые цены на потребительском рынке. Ценообразование на продукцию общественного питания.</p> <p>Факторы, влияющие на формирование цен на продукцию сельского хозяйства. Виды цен на сельскохозяйственную продукцию и сферы их применения.</p> <p>Система тарифов на транспорте. Виды тарифов на рынке транспортных услуг. Факторы, влияющие на формирование тарифов на услуги транспорта.</p>	14	31
<p>Тема 12. Ценообразование на рынке страховых услуг. Экономическая сущность и виды страхования. Страховая услуга как товар. Особенности цены страховой услуги. Актуарные расчёты. Состав и структура тарифов по имущественным (рисковым) видам страхования. Особенности построения</p>	14	32

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)	
	очное обучение	заочное обучение
тарифов по страхованию жизни.		
Тема 13. Цены во внешней торговле. Понятие контрактной цены и способ её фиксации. Таможенные платежи. Определение таможенной стоимости ввозимых товаров. Определение таможенной стоимости вывозимых товаров. Формирование цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.	14	32
Текущий контроль 4 (Тестирование)	2	-
Текущий контроль 1-4 (Контрольная работа)	-	2
Промежуточная аттестация по дисциплине (экзамен)	27	9
ВСЕГО:	216	216

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	7	2	8	1
2	7	2	8	1
3	7	2	8	1
4	7	3	8	1
5	7	3		-
6	7	2		-
7	7	3		-
8	8	4		-
9	8	4		-
10	8	4		-
11	8	3		-
12	8	3		-
13	8	4		-
ВСЕГО:		39		4

3.2. Практические занятия

Номера изучаемых тем	Практические занятия	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	Место и роль цены в рыночном хозяйстве. Рынок и цена как категории, обусловленные товарным производством. Ключевая роль цены в рыночном хозяйстве. Законы спроса и предложения как важнейшие факторы, оказывающие влияние на формирование цен и их взаимодействие.	7	3	8	-
2	Рыночный спрос и факторы, его определяющие. Взаимодействие цены и	7	3	8	-

Номера изучаемых тем	Практические занятия	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
	спроса. Характеристика объема спроса и функции спроса. Кривая спроса. Неценовые факторы, оказывающие влияние на изменение спроса.				
3	Виды цен и их классификация. Виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения (оптовые, закупочные, розничные), их роль и назначение. Оптовые (отпускные) цены предприятия (цены изготовителя продукции) и оптовые цены промышленности, розничные цены. Виды цен в зависимости от вида рынка (цены товарных аукционов, биржевые котировки, цены торгов). Внутрифирменные цены (трансфертные цены).	7	2	8	-
4	Порядок формирования и структура оптовой цены предприятия, оптовой цены промышленности, розничной цены. Себестоимость и прибыль как элементы цены. Налог на добавленную стоимость (НДС) и акцизы, их роль в ценообразовании. Наценки и надбавки снабженческо-сбытовых и оптовых организаций. Торговые надбавки (скидки).	7	2	8	-
5	Государственное регулирование цен как необходимое условие функционирования рыночной экономики, его содержание и цели. Прямые и косвенные методы государственного регулирования цен, их влияние на ценообразование.	7	2	9	-
6	Разработка ценовой политики предприятия в соответствии с выработанной стратегией ценообразования. Цели ценовой политики. Условия возможных отклонений цен организации от принятой ею ценовой политики.	7	2	9	1
7	Стратегии	7	3	9	1

Номера изучаемых тем	Практические занятия	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
	конкурентного ценообразования: стратегия ценового прорыва, стратегия премиального ценообразования, стратегия нейтрального ценообразования. Факторы, обеспечивающие успешное применение стратегий конкурентного ценообразования. Препятствия в использовании стратегий конкурентного ценообразования.				
8	Особенности ценообразования на различных типах рынков. Влияние конкуренции на процесс обоснования цен. Ценообразование на рынке совершенной (чистой) конкуренции. Специфика формирования цен на рынке монополистической конкуренции. Формирование цен на рынке олигополистической конкуренции. Особенности ценообразования на рынке чистой монополии.	8	4	9	1
9	Ассортиментная политика фирмы и ценообразования. Пакетное ценообразование. Ценообразование с учётом фактора времени. Ценообразование и электронная торговля. Ценообразование и оценка бизнеса	8	4	9	1
10	Принятие решений предприятием с учётом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства. Целесообразность снижения и повышения цен. Реакция фирмы на изменение цен конкурентами	8	4	9	1
11	Ценообразование на топливно-энергетическом рынке. Виды цен на топливно-энергетические ресурсы. Рынок	8	3	9	1

Номера изучаемых тем	Практические занятия	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
	потребительских товаров и услуг. Розничные, свободные, регулируемые цены на потребительском рынке. Ценообразование на продукцию общественного питания.				
12	Экономическая сущность и виды страхования. Страховая услуга как товар. Особенности цены страховой услуги. Актуарные расчёты. Состав и структура тарифов по имущественным (рисковым) видам страхования. Особенности построения тарифов по страхованию жизни.	8	3	9	1
13	Понятие контрактной цены и способ её фиксации. Таможенные платежи. Определение таможенной стоимости ввозимых товаров. Определение таможенной стоимости вывозимых товаров. Формирование цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.	8	4	9	1
ВСЕГО:			39		8

3.3. Лабораторные занятия

Не предусмотрено

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Не предусмотрено

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера учебных модулей, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1	тестирование	7	1	-	-
2	тестирование	7	1	-	-
3	тестирование	8	1	-	-
4	тестирование	8	1	-	-
1-4	Контрольная работа	-	-	9	1

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение	Заочное обучение

	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Усвоение теоретического материала	7	37	8	14
	8	14	9	90
Подготовка к практическим (семинарским) и лабораторным занятиям	7	28	9	89
	8	23		
Выполнение домашних заданий	-	-	9	2
Подготовка к зачёту	7	9		
Подготовка к экзаменам	8	36	9	9
ВСЕГО:		147		204

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

7.1. Характеристика видов и используемых инновационных форм учебных занятий

Наименование видов учебных занятий	Используемые инновационные формы	Объем занятий в инновационных формах (часы)	
		очное обучение	заочное обучение
Лекции	Лекция – диалог. Разбор конкретных ситуаций.	10	3
Практические и семинарские занятия	Поиск вариантов решения проблемных ситуаций, доклад, дискуссия, опрос	20	3
ВСЕГО:		30	6

7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
7 семестр			
1	Аудиторная активность: посещение лекций и активная работа на практических занятиях, ответы на вопросы устного собеседования, подготовка и представление в срок доклада	30	<ul style="list-style-type: none"> - 2 балла за каждое посещение лекционных занятий (всего 17 занятий в семестре), максимум 34 балла - 2 балла за работу на практических занятиях (всего 17 занятий в семестре) – максимум 34 балла - 2 балла за каждый правильный ответ на вопрос устного собеседования на занятиях (всего 5 вопросов в семестре), максимум 10 баллов - 22 балла за выполнение доклада на практическом занятии (1 доклад в семестре)
2	Выполнение текущего контроля	30	<ul style="list-style-type: none"> - 2 проверочные работы в семестре (50 баллов за каждую – максимум 100 баллов)
4	Сдача зачёта	40	<ul style="list-style-type: none"> - Ответ на 2 теоретических вопроса (полнота, владение терминологией, затраченное время) – 30 баллов за каждый ответ – максимум 60 баллов - Решение практического задания - максимум 40 баллов
№	Вид деятельности	Весовой	Критерии (условия) начисления баллов

п/п	обучающегося	коэффициент значимости, %	
8 семестр			
1	Аудиторная активность: посещение лекций и активная работа на практических занятиях, ответы на вопросы устного собеседования, подготовка и представление в срок доклада	30	<ul style="list-style-type: none"> - 1 балл за каждое посещение лекционных занятий (всего 22 занятия в семестре), максимум 22 балла - 1 балл за работу на практических занятиях (всего 22 занятия в семестре) – максимум 22 балла - 2 балла за каждый правильный ответ на вопрос устного собеседования на занятиях (всего 5 вопроса в семестре), максимум 10 баллов - 23 балла за выполнение доклада на практическом занятии (2 доклада в семестре) максимум 46 баллов
2	Выполнение текущего контроля	30	2 проверочные работы в семестре, (50 баллов за каждую – максимум 100 баллов)
3	Сдача экзамена	40	<ul style="list-style-type: none"> - Ответ на 2 теоретических вопроса (полнота, владение терминологией, затраченное время) – 30 баллов за каждый ответ – максимум 60 баллов - Решение практического задания - максимум 40 баллов
Итого (%):		100	

Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале
86 - 100	5 (отлично)
75 – 85	4 (хорошо)
61 – 74	
51 - 60	3 (удовлетворительно)
40 – 50	
17 – 39	2 (неудовлетворительно)
1 – 16	
0	

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Афонин П.Н. Ценообразование во внешней торговле [Электронный ресурс] : учебное пособие / П.Н. Афонин, Е.В. Дробот. — Электрон. текстовые данные. — СПб. : Троицкий мост, 2016. — 232 с. — 978-5-9908002-1-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/42737.html>
2. Горина Г.А. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)» и «Маркетинг»/ Горина Г.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 127 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52594>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

б) дополнительная учебная литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации: постатейный комментарий к главам 1, 2, 3/ Б.М. Гонгало [и др.] - М.: Статут, 2014.— 336 с. <http://www.iprbookshop.ru/29142>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Шаркова О.Э. Ценообразование [Электронный ресурс]: ответы на экзаменационные вопросы/ Шаркова О.Э.— Электрон. текстовые данные.— Минск: ТетраСистемс, 2013.— 208 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/28293>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Никитина Л.Н., Афаунова М.Б. Цены и ценообразование: учебное пособие / Л.Н. Никитина, М.Б. Афаунова. – СПб.: СПбГУТД, 2012. – Режим доступа :http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=1498, по паролю
2. Жикина О.В. Международное ценообразование: методические указания / О.В. Жикина. – СПб.: СПГУТД, 2015. – Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2644, по паролю
3. Загривная И.У. Ценообразование: методические указания / И.У. Загривная – СПбГУПТД, 2016. – Режим доступа : http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3262, по паролю
4. Спицкий С. В. Эффективная аудиторная и самостоятельная работа обучающихся: методические указания / С. В. Спицкий. — СПб.: СПбГУПТД, 2015. – Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2015811, по паролю

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Федеральная служба государственной статистики : <http://www.gks.ru>
2. Рейтинг РБК: <http://www.rating.rbc.ru>
3. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru/>
4. Электронно-библиотечная система IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru>
5. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>

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

- Microsoft Windows 10
- Office 2016

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

- 1 Стандартно оборудованная аудитория
- 2 Видеопроектор с экраном
- 3 Компьютер

8.6. Иные сведения и (или) материалы

Не предусмотрено

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
Лекции	<p>Теоретические аспекты дисциплины изучаются на лекционных занятиях. На лекциях рассматривается основное содержание курса, иллюстрируемое конкретными примерами.</p> <p>Освоение лекционного материала обучающимся предполагает следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проработка рабочей программы в соответствии с целями и задачами, структурой и содержанием курса; • фиксирование основных положений, выводов и формулировок в конспектах лекций. • работа с теоретическим материалом (конспектирование источников): найти ответ на вопросы в рекомендуемой литературе. <p>Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации или на практическом занятии.</p>
Практические занятия	<p>На практических занятиях поясняются теоретические аспекты курса, студенты работают с конкретными ситуациями, овладевают навыками сбора, анализа и обработки информации для принятия самостоятельных решений, навыками подготовки информационных обзоров и аналитических отчетов по соответствующей тематике.</p> <p>Подготовка к практическим занятиям предполагает следующие виды работ:</p>

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
	<ul style="list-style-type: none"> • работа с конспектом лекций; • подготовка ответов к контрольным вопросам, тестовым заданиям; • просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом; • решение задач по алгоритму
Самостоятельная работа	<p>Самостоятельная работа студента предполагает расширение и закрепление знаний, умений и навыков, усвоенных на аудиторных занятиях путем самостоятельной проработки учебно-методических материалов по дисциплине и другим источникам информации; выполнение контрольной работы; а также подготовки к текущему контролю, подготовку к экзамену.</p> <p>При подготовке к экзамену студент должен ознакомиться с перечнем вопросов к курсу, изучить конспекты лекций и практических занятий, рекомендуемую литературу, получить консультацию у преподавателя.</p>

10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

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

10.1.1. Показатели оценивания компетенций на этапах их формирования

Код компетенции / этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
ПК-11/ второй этап	Объясняет основы ценообразования (виды цен, факторы, влияющие на ценообразование, методики ценообразования)	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для устного собеседования (47 вопросов)
	Анализирует факторы выбора стратегии ценообразования, с учётом критериев социально-экономической эффективности. Оценивает меру ответственности специалиста за принятое решение в области ценообразования	Практическое задание	Практические типовые задания (10 заданий)
	обосновывает принятие решений в области ценообразования с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий.	Практическое задание	Практические типовые задания (10 заданий)

10.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Критерии оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
		Устное собеседование
86 - 100	5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
75 – 85	4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
61 – 74		Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

51 - 60	3 (удовлетворительно)	<p>Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>
40 – 50		<p>Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	<p>Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>
1 – 16		<p>Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>
0		<p>Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>
40 – 100	Зачтено	<p>Оценка «зачтено» выставляется студенту, обнаружившему:</p> <ul style="list-style-type: none"> • знание основных положений темы теоретических вопросов, • своевременное выполнение предложенных преподавателем заданий. <p><i>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</i></p>
0 – 39	Не зачтено	<p>Оценка «не зачтено» выставляется студенту, обнаружившему:</p> <ul style="list-style-type: none"> • отсутствие знания основных положений темы теоретических вопросов, • неспособность раскрыть заданный преподавателем теоретический вопрос, • неспособность правильно выполнить задание, • отсутствие сформированных знаний и умений, требуемых для выполнения задания. <p><i>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</i></p>

10.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

10.2.1. Перечень вопросов к экзамену, разработанный в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Формулировка вопроса (задания)	Номер темы
1	Теоретические основы цены.	1
2	Место и роль цены в рыночном хозяйстве.	2
3	Стратегический и тактический факторы формирования динамики цен.	1
4	Функции цен.	1
5	Методология ценообразования.	2
6	Рыночный спрос и факторы, определяющие функцию спроса. Кривая спроса.	2
7	Неценовые факторы, влияющие на изменение спроса.	2
8	Взаимосвязь цены и предложения. Кривая предложения.	2
9	Неценовые факторы, воздействующие на изменение предложения.	3
10	Равновесие спроса и предложения. Регулирование равновесной цены.	3
11	Эластичность спроса по цене, методы ее определения и учет в ценообразовании.	3
12	Классификация товаров по степени эластичности спроса.	4
13	Расчет коэффициентов эластичности: прямых, дуговых, перекрестных.	4
14	Эластичность спроса по доходам.	4
15	Влияние ценовой эластичности на общую выручку и реакция покупателей на изменение цен.	4

16	Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен.	5
17	Особенности ценообразования на различных типах рынка.	5
18	Этапы ценообразования, их характеристика.	6
19	Ценовая информация и ее роль в принятии по ценам.	6
20	Затратные методы ценообразования.	6
21	Рыночные методы ценообразования.	6
22	Параметрические методы ценообразования.	6
23	Определение понятий состава и структуры цены. Характеристика основных элементов цены.	7
24	Порядок формирования и структура оптовой цены предприятия, оптовой цены промышленности, розничной цены.	7
25	Себестоимость и прибыль как элементы цены.	7
26	Налог на добавленную стоимость (НДС) и акцизы, их роль в ценообразовании.	7
27	Наценки и надбавки снабженческо-сбытовых и оптовых организаций. Торговые надбавки (скидки).	8
28	Определение системы цен и признаки, лежащие в ее основе.	8
29	Виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения. Их роль и назначение.	8
30	Классификация цен в зависимости от территории действия.	9
31	Виды цен в зависимости от степени участия государства в их формировании.	9
32	Классификация цен в зависимости от степени новизны товара.	9
33	Классификация цен по способу их установления в договорах.	10
34	Виды цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов.	10
35	Классификация цен по способу отражения фактора времени.	10
36	Государственное регулирование цен, содержание, цели и методы.	11
37	Меры государственного регулирования цен в решении задач стабилизации экономики.	11
38	Прямое регулирование цен, его методы и организация.	12
39	Механизм косвенного регулирования цен.	12
40	Ценообразование на топливно-энергетическом рынке.	12
41	Ценообразование на рынке потребительских товаров и услуг.	13
42	Ценообразование на сельскохозяйственном рынке.	13
43	Ценообразование на транспортные услуги.	13
44	Ценовая политика как элемент общей стратегии фирмы.	13
45	Ценовые стратегии и условия их выбора.	13
46	Основные виды современных ценовых стратегий и последствия их реализации.	13
47	Стадии «жизненного цикла» товара (ЖЦТ) и их взаимосвязь с ценой.	13

Вариант тестовых заданий, разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Формулировка задания	Ответ
1	1. С помощью цены осуществляет распределение и перераспределение национального (чистого) дохода между отраслями экономики, регионами страны, фондом накопления и фондом потребления, различными формами собственности и социальными группами населения: а) учетно-измерительная функция; б) стимулирующая функция; в) регулирующая функция; г) распределительная функция.	е
2	2. Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами функции: а) учетно-измерительной; б) регулирующей;	

	в) стимулирующей; г) распределительной.	е
3	3. На рынке свободной конкуренции организация придерживается: а) адаптивной политики цен; б) политики приспособления к ведущим конкурентам; в) маркетингового ценообразования; г) политики доминирующего лидерства.	а
4	4. Олигополия — это такая рыночная структура, при которой: а) в отрасли незначительное количество производителей, которые могут согласовать свои действия; б) товар однороден, входные барьеры отсутствуют, имеется один продавец и много покупателей; в) товар однороден, имеется много продавцов и один покупатель; г) в отрасли один производитель и несколько покупателей, товар однороден.	а
5	5. В группу условий совершенной конкуренции входит условие: а) имеется много продавцов и покупателей и каждый из них производит лишь малую долю всего объема этого товара; б) товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателя; в) информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна; г) отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль для нового производителя и нет препятствия для выхода их из отрасли.	а
6	6. Особенность оптовых цен: а) назначаются на крупные партии товара; б) по такой цене товар продается промежуточному потребителю; в) по такой цене товар покупается для конечного потребления; г) по такой цене товар продается населению.	б
7	7. По стадиям движения товара выделяют: а) регулируемые цены; б) закупочные цены; в) скользящие цены; г) розничные цены.	Б,е
8	8. Не включается в свободную закупочную цену: а) оптовая отпускная цена; б) снабженческо-сбытовая надбавка; в) прибыль производителя; г) торговая надбавка.	е
9	9. При анализе средних цен корректно применить среднюю взвешенную по объемам продаж, если: а) изменение цен не приводит к значительным изменениям объемов продаж; б) изменение цен приводит к значительным изменениям объемов продаж; в) изменения, цен регистрируются через неравные интервалы; г) цены остаются постоянными.	а
10	10. Эластичность спроса по цене — это: а) зависимость спроса от цены; б) зависимость изменения спроса от изменения цены; в) зависимость спроса от изменения цены; г) зависимость спроса от доходов.	б

10.2.2. Перечень тем докладов (рефератов, эссе, пр.), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

Не предусмотрено

Вариант типовых заданий, разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Условия типовых задач (задач, кейсов)	Ответ
1	Издержки фирмы Венера на производство единицы продукции 50 руб. при серийности 1000 шт.; фирмы Глобус — 48 руб.;	При сложившихся издержках и уровне рентабельности фирмы установят следующие цены: фирма Венера: $50 + 50 \times 0,15 = 57,5$ руб.;

	<p>фирмы Мир — 54 руб. ; фирмы Максим — 57,3 руб. Каждая из названных фирм производит по 120 ед. аналогичной продукции. Сложившийся уровень рентабельности к затратам 15 %. Какую цену вытеснения конкурента должна установить фирма Венера?</p>	<p>фирма Глобус: $48 + 48 \times 0,15 = 55,2$ руб. ; фирма Мир: $54 + 54 \times 0,15 = 62,1$ руб. ; фирма Максим: $57,3 + 57,3 \times 0,15 = 65,9$ руб. Для того чтобы вытеснить конкурентов с рынка, фирма Венера должна установить цену на уровне ниже 55,2 руб.</p>
2	<p>В текущем периоде доля затрат на электроэнергию в цене машиностроительной продукции составила 20 %, доля затрат на оплату труда – 26 %. В прогнозном периоде ожидается повышение тарифов на электроэнергию на 18 %, ставки заработной платы вырастут на 15 %. Насколько процентов изменится цена машиностроительной продукции?</p>	<p>$P_1 = 100 \times (1,18 \times 0,2 + 1,15 \times 0,26 + 0,54) = 107,5\%$</p> <p>Вывод: цена вырастет на 7,5%</p>
3	<p>Перед началом весеннего сезона магазин строительных товаров предложил покупателям 10%-ную скидку с 20 апреля. В результате цена керамической плитки составила с 1 по 19 апреля 350 руб., с 20 по 30 – 315 руб. Рассчитайте среднюю цену товара за месяц.</p>	<p>Средняя цена апреля = $(19 + 11) : (19 : 350 + 11 : 315) = 337,46$ руб.</p>
4	<p>Организация продает топочный мазут. Средние цены за 1 т мазута за три последних года составили последовательно 1245 руб., 2245 руб., 1420 руб. Какова будет цена 1 т мазута в прогнозном году.</p>	<p>Скользящее среднее составит $(1245 + 2245 + 1420) / 3 = 1637$, следовательно, цена топочного мазута составит 1637 руб./т.</p>
5	<p>Производитель, исходя из 75% загрузки производственной мощности, включил в свою программу выпуск продукта А в количестве 50 000 шт. в год. Полные затраты этого выпуска составили 210 000 руб. Процент рентабельности к полным затратам принят на уровне 20%. С помощью метода полных затрат определите оптовую цену продукта А.</p>	<p>1. Определяем общую стоимость выпуска $P_n = C + d_n \times C = 210000 + 210000 \times 0,2 = 252000$</p> <p>2. Определяем цену единицы продукции $P = \frac{252000}{50000} = 5,04$ руб.</p>
6	<p>Прямые издержки на изготовления товара составляют 800 руб., а, кроме того, в расчете на год на него отнесено 140 000 руб. накладных расходов организации. Желаемая топ-менеджерами организации масса прибыли от продаж этого товара определена в 260 000 руб. при годовом плане выпуска в 10 000 шт. Определите цену данного товара.</p>	<p>При данных условиях цена на товар будет определена на уровне: $P = (800 + ((140000 + 260000) / 10000)) = 840$ руб.</p>
7	<p>Компания организовала производство нового товара, что потребовало инвестиций в размере 16 млн. руб., и обеспечивает выпуск 10 000 шт. продукции в год. Желаемая рентабельность инвестиций определена руководством в 34%, а полные издержки производства составляют 900 руб. Определите на каком уровне будет установлена цена по которой следует реализовывать продукцию.</p>	<p>Цена реализации продукции будет установлена на уровне: $P = (900 + (16000000 \times 0,34) / 10000) = 1444$ руб.</p>
8	<p>Организация продает 100 единиц товара по 20 тыс. руб. каждая. Переменные затраты составляют 7 тыс. руб. на единицу товара, а постоянные – 3 млн. руб. при производстве 200 единиц. Организация</p>	<p>Минимальная приемлемая цена для второго рынка будет любой, выше 7 тыс. руб., так как любая цена, превышающая переменные затраты, принесет выгоду. Первый рынок обеспечивает внешнюю экономию для второго</p>

	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 единиц товара. Определите: какую минимальную приемлемую цену может установить организация, используя ценовую стратегию скидки на втором рынке?	рынка за счет включения постоянных затрат в свою цену. В результате у организации появляется возможность реализовать данный товар на втором рынке по более низкой цене, чем цена первого рынка.
9	Организация периодически снижает цены. Минимальная цена продаж при производстве 40 единиц продукции равна 50 тыс. руб. за единицу. Конкуренты с такой же структурой затрат могут свободно выйти на рынок. Какую цену должна установить организация при таких условиях?	Для того, чтобы остаться на рынке, организации придется продавать товар по 30 тыс. руб. всем покупателям. Это возможно при увеличении масштабов производства и соответствующем снижении средних общих затрат на единицу продукции.
10	Определите, выгодно ли производителю снизить цену на 0,5 руб., если текущая цена товара 6 руб., планируемый объем продаж 1 млн штук. Показатель эластичности спроса по цене 1,5.	Снижение цены с 6 руб. до 5,5 руб. составляет 8,3 %, что при эластичности 1,5 означает, что объем продаж товара увеличится на 12,45 % ($1,5 \times 8,3 \% = 12,45 \%$) и составит 1,125 млн штук. Выручка при цене до снижения: 6 x 1 млн шт. = 6 млн руб. Выручка при цене после снижения: 5,5 x 1,125 млн шт. = 6,188 млн руб. Таким образом, выручка от продажи увеличилась на 188 тыс. руб.

10.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности), характеризующих этапы формирования компетенций
Не предусмотрено

10.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче (экзамена и защите курсовой работы) и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 31.08.2013г., протокол № 1)

10.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная*

*В случае указания формы «Иная» требуется дать подробное пояснение

10.3.3. Особенности проведения (экзамена)

Во время проведения экзамена, у обучающихся отсутствует возможность пользоваться справочниками, словарями и иными учебными материалами. На подготовку ответа выделяется 45 минут. Оценка выставляется по результатам подготовки по билету и результатам устного собеседования по основным вопросам пройденного курса.