

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

А.Е. Рудин

« 21 » 02 2023 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.02.02 Ценообразование

Учебный план: 2023-2024 09.03.03 ИИТА ПИЭ ОО №1-1-124.plx

Кафедра: **55** Экономики и финансов

Направление подготовки:
(специальность) 09.03.03 Прикладная информатика

Профиль подготовки: Прикладная информатика в экономике
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
6	УП	17	17	37,75	0,25	2	Зачет
	РПД	17	17	37,75	0,25	2	
Итого	УП	17	17	37,75	0,25	2	
	РПД	17	17	37,75	0,25	2	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, утверждённым приказом Минобрнауки России от 19.09.2017 г. № 922

Составитель (и):

доктор технических наук, Заведующий кафедрой

Никитина Людмила
Николаевна

доктор технических наук, Доцент

Шиков Павел Алексеевич

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой экономики и финансов

Никитина Людмила
Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Пименов Виктор Игоревич

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции в области ценообразования, умения выбрать ценовую тактику и стратегию предприятия.

1.2 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.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности

Экономический анализ деятельности фирмы

Организация бизнес-процессов в цифровой экономике

Методы принятия управленческих решений

Прикладная статистика

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-5: Способен адаптировать бизнес-процессы заказчика к возможностям экономической информационной системы
--

Знать: Порядок построения стратегии ценообразования на предприятии с целью повышения конкурентоспособности; порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость товаров, работ, услуг.
--

Уметь: Определять ценовую политику организации, грамотно проводить оперативный и стратегический анализ рынка, направленный на обеспечение конкурентоспособности предприятия; формировать начальную (максимальную цену контракта).
--

Владеть: Навыками расчета цен; информационной базой для обоснованного формирования и контроля цен; навыками определения и обоснования начальной (максимальной) цены контракта, в том числе заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем).
--

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Цена как экономическая категория						
<p>Тема 1. Теоретические основы цены. Практическое занятие: виды и функции цен. Теоретические основы цены: трудовая теория стоимости, теория предельной полезности, закон спроса и предложения. Цена и полезность товара. 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. Факторы, определяющие динамику цен. Стратегический и тактический факторы и их содержание. Конкуренция и цены. Экономические функции цены. Учетная, стимулирующая, распределительная функции и их характеристика. Функция цены по сбалансированию спроса и предложения и ее особая роль в условиях рынка. Функция цены как критерия рационального размещения производства. Взаимосвязь функций цены. Методология ценообразования. Методы и принципы ценообразования как важнейшие элементы методологии, их характеристика. Методики ценообразования.</p>	6	2	2	3	Д	

<p>Тема 2. Система ценообразующих факторов.</p> <p>Практическое занятие: 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. Взаимосвязь цены и предложения. Характеристика объема предложения и функции предложения. Кривая предложения. Неценовые факторы, влияющие на изменение предложения. Виды равновесия спроса и предложения. Определение равновесной цены и ее динамика. Факторы потребительского выбора. 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>	2	2	3			
<p>Тема 3. Классификация цен и их система.</p> <p>Практическое занятие: 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. 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). 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>	2	2	3	ГД		

<p>Тема 4. Структура цены и ее элементы.</p> <p>Практическое занятие: 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>	2	2	3			
<p>Тема 5. Государственное регулирование цен.</p> <p>Практическое занятие: 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>	1	1	3			
<p>Раздел 2. Ценовая политика и стратегия фирмы</p>						Д

<p>Тема 6. Ценовая политика предприятия.</p> <p>Практическое занятие: разработка ценовой политики предприятия в соответствии с выработанной стратегией ценообразования. Цели ценовой политики. Условия возможных отклонений цен организации от принятой ею ценовой политики.</p> <p>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>	1	1	3		
<p>Тема 7. Ценовые стратегии предприятия.</p> <p>Практическое занятие: основные стратегии ценообразования. Этапы разработки ценовой стратегии.</p> <p>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.</p> <p>Стратегии ассортиментного ценообразования.</p> <p>Стратегии дифференцированного ценообразования. Основной и вторичный рынок. Способы дифференциации. Условия успешного применения стратегий дифференцированного ценообразования.</p> <p>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>	1	1	3		
<p>Раздел 3. Ценообразование и характеристики рынка. Методы ценообразования. Новаторские концепции ценообразования</p>					Д

<p>Тема 8. Ценообразование и характеристики рынка. Методы ценообразования.</p> <p>Практическое занятие: особенности ценообразования на различных типах рынков.</p> <p>Влияние конкуренции на процесс обоснования цен.</p> <p>Ценообразование на рынке совершенной (чистой) конкуренции.</p> <p>Специфика формирования цен на рынке монополистической конкуренции.</p> <p>Формирование цен на рынке олигополистической конкуренции.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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. Агрегатный метод и сфера его применения.</p>		1	1	3		
---	--	---	---	---	--	--

<p>Тема 9. Новаторские концепции ценообразования.</p> <p>Практическое занятие : ассортиментная политика фирмы и ценообразования. Пакетное ценообразование. Ценообразование с учётом фактора времени. Ценообразование и электронная торговля. <u>Ценообразование и оценка бизнеса</u></p>	1	1	3	ГД	
<p>Тема 10. Методология и практика управления затратами и ценами на предприятии.</p> <p>Практическое занятие: принятие решений предприятием с учётом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства. Целесообразность снижения и повышения цен. Реакция фирмы на <u>изменение цен конкурентами</u></p>	1	1	3		
<p>Раздел 4. Отраслевые особенности ценообразования</p>					
<p>Тема 11. Особенности ценообразования в отдельных отраслях экономики.</p> <p>Практическое занятие: ценообразование на топливно-энергетическом рынке. Виды цен на топливно-энергетические ресурсы. Рынок потребительских товаров и услуг. Розничные, свободные, регулируемые цены на <u>потребительском рынке</u>. Ценообразование на <u>продукцию общественного питания</u>. Факторы, влияющие на формирование цен на <u>продукцию сельского хозяйства</u>. Виды цен на <u>сельскохозяйственную продукцию</u> и сферы их применения. Система тарифов на транспорте. Виды тарифов на <u>рынке транспортных услуг</u>. Факторы, влияющие на формирование тарифов на <u>услуги транспорта</u>.</p>	1	1	3		Д
<p>Тема 12. Ценообразование на рынке страховых услуг.</p> <p>Практическое занятие: экономическая сущность и виды страхования. Страховая услуга как товар. Особенности цены страховой услуги. Актуарные расчёты. Состав и структура тарифов по <u>имущественным (рисковым) видам страхования</u>. Особенности построения тарифов по <u>страхованию жизни</u>.</p>	1	1	3	ГД	
<p>Тема 13. Цены во внешней торговле.</p> <p>Практическое занятие: понятие контрактной цены и способ её фиксации. Таможенные платежи. Определение таможенной стоимости ввозимых товаров. Определение таможенной стоимости вывозимых товаров. Формирование цен на <u>экспортируемую и импортируемую продукцию</u>.</p>	1	1	1,75		
<p>Итого в семестре (на курсе для ЗАО)</p>	17	17	37,75		
<p>Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)</p>	0,25				

Всего контактная работа и СР по дисциплине		34,25	37,75		
--	--	-------	-------	--	--

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-5	<ul style="list-style-type: none"> - анализирует основы рыночного ценообразования (теоретические основы механизма рыночного ценообразования и выбор методов и моделей ценообразования в зависимости от типа рынка); - разрабатывает ценовую стратегию и тактику фирмы на базе исследования рыночной конъюнктуры, а также анализа поведения потребителей, структуры, типа рынка и конкурентной среды отрасли; - определяет принципы управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета; использует методы и приемы обоснованного выбора наиболее выгодной цены на товар фирмы, анализа экономической приемлемости 	<p>Вопросы устного собеседования.</p> <p>Практико-ориентированные задания.</p>

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопросы, способен правильно применить основные методы и инструменты при решении практических задач, владеет необходимыми навыками и приемами	
Не зачтено	Обучающийся не может изложить значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, допускает неточности в формулировках и доказательствах, нарушения в последовательности изложения программного материала; неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания.	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 6	
1	2 Место и роль цены в рыночном хозяйстве.
2	3 Стратегический и тактический факторы формирования динамики цен.
3	4 Функции цен.
4	5 Методология ценообразования.
5	6 Рыночный спрос и факторы, определяющие функцию спроса. Кривая спроса.
6	7 Неценовые факторы, влияющие на изменение спроса.
7	8 Взаимосвязь цены и предложения. Кривая предложения.

8	9 Неценовые факторы, воздействующие на изменение предложения.
9	10 Равновесие спроса и предложения. Регулирование равновесной цены.
10	11 Эластичность спроса по цене, методы ее определения и учет в ценообразовании.
11	12 Классификация товаров по степени эластичности спроса.
12	13 Расчет коэффициентов эластичности: прямых, дуговых, перекрестных.
13	14 Эластичность спроса по доходам.
14	15 Влияние ценовой эластичности на общую выручку и реакция покупателей на изменение цен.
15	16 Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен.
16	17 Особенности ценообразования на различных типах рынка.
17	18 Этапы ценообразования, их характеристика.
18	19 Ценовая информация и ее роль в принятии по ценам.
19	20 Затратные методы ценообразования.
20	21 Рыночные методы ценообразования.
21	22 Параметрические методы ценообразования.
22	23 Определение понятий состава и структуры цены. Характеристика основных элементов цены.
23	24 Порядок формирования и структура оптовой цены предприятия, оптовой цены промышленности, розничной цены.
24	25 Себестоимость и прибыль как элементы цены.
25	26 Налог на добавленную стоимость (НДС) и акцизы, их роль в ценообразовании.
26	27 Наценки и надбавки снабженческо-сбытовых и оптовых организаций. Торговые надбавки (скидки).
27	28 Определение системы цен и признаки, лежащие в ее основе.
28	29 Виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения. Их роль и назначение.
29	30 Классификация цен в зависимости от территории действия.
30	31 Виды цен в зависимости от степени участия государства в их формировании.
31	32 Классификация цен в зависимости от степени новизны товара.
32	33 Классификация цен по способу их установления в договорах.
33	34 Виды цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов.
34	35 Классификация цен по способу отражения фактора времени.
35	36 Государственное регулирование цен, содержание, цели и методы.
36	37 Меры государственного регулирования цен в решении задач стабилизации экономики.
37	38 Прямое регулирование цен, его методы и организация.
38	39 Механизм косвенного регулирования цен.
39	40 Ценообразование на топливно-энергетическом рынке.
40	41 Ценообразование на рынке потребительских товаров и услуг.
41	42 Ценообразование на сельскохозяйственном рынке.
42	43 Ценообразование на транспортные услуги.
43	44 Ценовая политика как элемент общей стратегии фирмы.
44	45 Ценовые стратегии и условия их выбора.
45	46 Основные виды современных ценовых стратегий и последствия их реализации.
46	47 Стадии «жизненного цикла» товара (ЖЦТ) и их взаимосвязь с ценой.

5.2.2 Типовые тестовые задания

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.

2. Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами функции:

- а) учетно-измерительной;
- б) регулирующей;
- в) стимулирующей;
- г) распределительной.

3. На рынке свободной конкуренции организация придерживается:

- а) адаптивной политики цен;
- б) политики приспособления к ведущим конкурентам;
- в) маркетингового ценообразования;
- г) политики доминирующего лидерства.

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.

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.

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.

7. По стадиям движения товара выделяют:

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

8. Не включается в свободную закупочную цену:

- а) оптовая отпускная цена;
- б) снабженческо-сбытовая надбавка;
- в) прибыль производителя;
- г) торговая надбавка.

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.

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.

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы) находятся в Приложении к данной РПД

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Во время проведения зачета, 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.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Мантусов, В. Б., Мантусов, В. Б.	Ценообразование внешней торговле	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2018	http://www.iprbookshop.ru/70842.html
Габудина, А. А., Шкилева, А. А.	Ценообразование	Тюмень: Тюменский индустриальный университет	2019	http://www.iprbookshop.ru/101438.html
Кириллов, Ю. Г., Кузнецов, В. В.	Ценообразование внешней торговле	Омск: Омский государственный технический университет	2019	http://www.iprbookshop.ru/115459.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Никитина Л. Н., Шиков П. А.	Ценообразование	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018285

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

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>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional
Microsoft Office Standart Russian Open No Level Academic
СПС КонсультантПлюс
Microsoft Windows

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

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска

по направлению подготовки: 09.03.03 Прикладная информатика
 наименование ОП (профиля): Прикладная информатика в экономике

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

№ п/ п	Условия типовых задач (задач, кейсов)
1	<p>Издержки фирмы Венера на производство единицы продукции 50 руб. при серийности 1000 шт.;</p> <p>фирмы Глобус — 48 руб.;</p> <p>фирмы Мир — 54 руб.;</p> <p>фирмы Максим — 57,3 руб.</p> <p>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>
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>
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>
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>
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>
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>
7	<p>Компания организовала производство нового товара, что потребовало инвестиций в размере 16 млн. руб., и обеспечивает выпуск 10 000 шт.</p>

	<p>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>
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 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?</p>
9	<p>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?</p>
10	<p>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.</p>