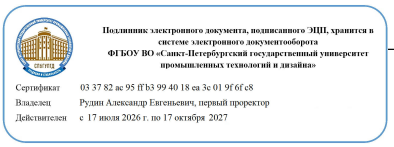
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по УР



_____А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.15 Ценообразование: стратегия и тактика

Учебный план: 2026-2027 38.04.01 ИЭСТ ЭАИиИДФ ЗАО №2-3-112.plx

Кафедра: 55 Экономики и финансов

Направление подготовки: (специальность) 38.04.01 Экономика

Профиль подготовки: (специализация) Экономический анализ инновационной и инвестиционной деятельности фирмы

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
2	УП	4	4	96	4	3	Зачет
	РПД	4	4	96	4	3	
Итого	УП	4	4	96	4	3	
	РПД	4	4	96	4	3	

Санкт-Петербург
2026

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, утверждённым приказом Минобрнауки России от 11.08.2020 г. № 939

Составитель (и):

доктор технических наук, профессор	_____	Шиков Павел Алексеевич
От кафедры составителя: Заведующий кафедрой экономики и финансов	_____	Климова Наталья Сергеевна
От выпускающей кафедры: Заведующий кафедрой	_____	Климова Наталья Сергеевна

Методический отдел:

_____

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 фирмы

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен формировать ценовую политику организации
Знать: Федеральные и региональные нормативные правовые акты по регулированию цен, тарифов; закономерности формирования ценовой политики предприятия.
Уметь: Выделять основные ценообразующие факторы; проводить прогнозные исследования динамики цен с учётом инфляционных ожиданий.
Владеть: Инновационными методами ценообразования с учётом фактора времени при формировании товарных линий и наборов товаров; методами ценообразования во внешней торговле предприятий, торговле в сети Интернет.
ПК-2: Способен обеспечивать выполнение мероприятий по формированию и прогнозированию диапазона цен на товары, работы и услуги
Знать: Законодательную базу в области политики цен и ценообразования; основные понятия, категории и инструментарий ценовой политики предприятия; типы ценовых стратегий и критерии их селекции для конкретных компаний.
Уметь: Осуществлять подготовку информационной базы, обеспечивающей принятие правильных ценовых решений; анализировать возможные варианты действий компании в условиях конкурентной борьбы при помощи использования современных технологий блокчейн и искусственного интеллекта; осуществлять мониторинг и прогнозирование динамики цен.
Владеть: Основной терминологией классификации затрат и видов прибыли, методами расчета себестоимости и цены, инструментами оценки ценности товарного предложения и методами формирования стратегии и тактики ценообразования; методами экономического обоснования системы скидок с цен; инструментарием по мониторингу и прогнозированию динамики цен в условиях рыночной экономики.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Теоретические и методические основы ценообразования организации					
Тема 1. Теоретические основы ценообразования в стратегическом управлении современной организацией. 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.	2	1	1	6	

Тема 2. Система ценообразующих факторов. 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.		1	1	6	
Тема 3. Классификация цен и их система. 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).		1	1	6	ГД

Тема 4. Структура цены и ее элементы. 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).		1	1	6	
Тема 5. Регулирование цен и формирование стратегии ценообразования. Государственное регулирование цен как необходимое условие функционирования рыночной экономики, его содержание и цели. Прямые и косвенные методы государственного регулирования цен, их влияние на ценообразование. 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. Механизм косвенного регулирования цен. Использование налогообложения, заработной платы, денежного обращения, кредита, валютного курса, таможенных пошлин для государственного регулирования цен. Государственное регулирование цен на продукцию естественных монополий. Государственные органы регулирования цен. Зарубежный опыт государственного регулирования цен.				8	
Раздел 2. Ценовая политика фирмы: базовые стратегии и тактические приёмы ценообразования					

Тема 6. Ценовая политика предприятия. Тактические приёмы ценообразования 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.				8	
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).				8	
Раздел 3. Особенности ценообразования на различных типах рынков, финансовый анализ в принятии стратегических и тактических решений о цене товара					

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. Специфика формирования цен на рынке монополистической конкуренции. Формирование цен на рынке олигополистической конкуренции. Особенности ценообразования на рынке чистой монополии. Порядок ценообразования. Этапы процесса ценообразования: выбор цели, определение спроса, анализ издержек и цен конкурентов, выбор метода ценообразования, установление окончательной цены. 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. Характеристика альтернативных подходов к ценообразованию: противоречия затратного и ценностного ценообразования. Сущность затратного ценообразования. Метод, основанный на определении полных издержек, его достоинства и недостатки. Метод, ориентирующийся на прямые затраты (предельное или маржинальное ценообразование). Расчет цен на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли. 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. 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				8	

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				8	ГД
Тема 10. Финансовый анализ в принятии стратегических и тактических решений о цене товара. Классификация затрат для целей ценообразования, принятие решений предприятием с учётом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства. Целесообразность снижения и повышения цен. Реакция фирмы на изменение цен конкурентами.				8	
Раздел 4. Отраслевые особенности ценообразования					
Тема 11. Особенности ценообразования в отдельных отраслях экономики. Ценообразование на топливно-энергетическом рынке. Виды цен на топливно-энергетические ресурсы. Рынок потребительских товаров и услуг. Розничные, свободные, регулируемые цены на потребительском рынке. Ценообразование на продукцию общественного питания. Факторы, влияющие на формирование цен на продукцию сельского хозяйства. Виды цен на сельскохозяйственную продукцию и сферы их применения. Система тарифов на транспорте. Виды тарифов на рынке транспортных услуг. Факторы, влияющие на формирование тарифов на услуги транспорта.				8	
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 тарифов по страхованию жизни.				8	ГД
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.				8	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	4	96	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		8,25		96	

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-1	- анализирует нормативно-правовую базу государственного регулирования цен и ценообразования в Российской Федерации; - раскрывает цели ценовой политики и основные принципы ценообразования, использует базовые стратегии ценообразования в условиях усиления инфляционных рисков; - применяет новаторские концепции ценообразования, сбора и обработки информации, необходимой для принятия обоснованных управленческих решений по вопросам ценообразования в электронной торговле.	Вопросы устного собеседования, практико-ориентированные задания
ПК-2	- анализирует теоретические и практические знания в области определения плановых и фактических издержек, разработки стратегии ценообразования в соответствии с ценовой политикой компании; раскрывает методы и инструменты ценовой политики предприятия на базе анализа нормативных документов в области ценового и тарифного регулирования РФ; - применяет современные инструменты ценообразования для максимизации прибыли фирмы, обосновывает целесообразность применения различных стратегий и тактических приемов ценообразования; - рассчитывает экономическую эффективность скидок с учётом структуры затрат на производство продукции и эластичности спроса, характеризует динамику цен на продукцию и услуги предприятия на основании оценки внутренней документации компании и данных рыночной конъюнктуры.	Вопросы устного собеседования, практико-ориентированные задания

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 их выполнения.	
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
	Курс 2
1	Место и роль цены в рыночном хозяйстве.
2	Стратегический и тактический факторы формирования динамики цен.
3	Функции цен.
4	Методология ценообразования.
5	Рыночный спрос и факторы, определяющие функцию спроса. Кривая спроса.
6	Неценовые факторы, влияющие на изменение спроса.
7	Взаимосвязь цены и предложения. Кривая предложения.
8	Неценовые факторы, воздействующие на изменение предложения.
9	Равновесие спроса и предложения. Регулирование равновесной цены.
10	Эластичность спроса по цены, методы ее определения и учет в ценообразовании.
11	Классификация товаров по степени эластичности спроса.
12	Расчет коэффициентов эластичности: прямых, дуговых, перекрестных.
13	Эластичность спроса по доходам.
14	Влияние ценовой эластичности на общую выручку и реакция покупателей на изменение цен.
15	Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен.
16	Особенности ценообразования на различных типах рынка.
17	Этапы ценообразования, их характеристика.
18	Ценовая информация и ее роль в принятии по ценам.
19	Затратные методы ценообразования.
20	Рыночные методы ценообразования.
21	Параметрические методы ценообразования.
22	Определение понятий состава и структуры цены. Характеристика основных элементов цены.
23	Порядок формирования и структура оптовой цены предприятия, оптовой цены промышленности, розничной цены.
24	Себестоимость и прибыль как элементы цены.
25	Налог на добавленную стоимость (НДС) и акцизы, их роль в ценообразовании.
26	Наценки и надбавки снабженческо-сбытовых и оптовых организаций. Торговые надбавки (скидки).
27	Определение системы цен и признаки, лежащие в ее основе.
28	Виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения. Их роль и назначение.
29	Классификация цен в зависимости от территории действия.
30	Виды цен в зависимости от степени участия государства в их формировании.
31	Классификация цен в зависимости от степени новизны товара.
32	Классификация цен по способу их установления в договорах.
33	Виды цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов.
34	Классификация цен по способу отражения фактора времени.
35	Государственное регулирование цен, содержание, цели и методы.
36	Меры государственного регулирования цен в решении задач стабилизации экономики.
37	Прямое регулирование цен, его методы и организация.
38	Механизм косвенного регулирования цен.
39	Ценообразование на топливно-энергетическом рынке.
40	Ценообразование на рынке потребительских товаров и услуг.
41	Ценообразование на сельскохозяйственном рынке.
42	Ценообразование на транспортные услуги.
43	Ценовая политика как элемент общей стратегии фирмы.
44	Ценовые стратегии и условия их выбора.
45	Основные виды современных ценовых стратегий и последствия их реализации.
46	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 придержива¬ется:

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 взве¬шенную 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. В течение семестра выполняются контрольные работы

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Кушнаренко, Т. В., Воронцова, Е. В., Довлатова, Е. В., Побединская, Н. В., Никитина, О. В.	Теоретические основы ценообразования	Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет	2024	https://www.iprbookshop.ru/150078.html
Мандрыкин, А. В., Пахомова, Ю. В.	Экономика и организация производства	Воронеж: Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2024	https://www.iprbookshop.ru/141259.html
Богомолова, Е. В., Гринавцева, Е. В., Моисеева, И. И.	Основы бережливого производства	Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ	2025	https://www.iprbookshop.ru/155625.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Автухова, Е. Э.	Трансфертное ценообразование как инструмент управления компанией	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2026	https://www.iprbookshop.ru/155135.html
Бовсуновская, М. П., Шипова, С. Н.	Методология ценообразования и сметного нормирования в строительстве	Москва: МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ	2025	https://www.iprbookshop.ru/151114.html

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 Windows

1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Продажа по договору с учебными заведениями об использовании в учебном процессе по заявкам

Microsoft Office Standart Russian Open No Level Academic

СПС КонсультантПлюс

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

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска

Приложение

рабочей программы дисциплины: Ценообразование: стратегия и тактика
наименование дисциплины

по направлению подготовки: 38.04.01 «Экономика»
наименование ОП (профиля): Экономический анализ инновационной и инвестиционной деятельности фирмы

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

№ п/п	Условия типовых задач (задач, кейсов)
1	Издержки фирмы Венера на производство единицы продукции 50 руб. при серийности 1000 шт.; фирмы Глобус — 48 руб.; 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?
2	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?
3	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.
4	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.
5	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 помощь метода полных затрат определите оптовую цену продукта А.
6	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.

7	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.
8	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?
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?
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.