

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол от « 24» апреля 2020 г. № 9
Зав. кафедрой

Л.С. Валинурова



Согласовано:
Председатель УМК института



___/Л.П. Абзалилова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Основы рыночного ценообразования

Вариативная часть, обязательная дисциплина

программа магистратуры

Направление подготовки (специальность)

38.04.01 Экономика

Программа подготовки: «Оценка и управление имущественным комплексом»

Квалификация

магистр

Разработчик (составитель):

Профессор, докт. экон. наук




Елкина Л.Г..

Для приема 2020 г.

Уфа 2020 г.

Составитель: доктор эконом.наук , профессор Елкина Л.Г.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «Инновационная экономика» протокол № 9 от «23» апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой  / Валинурова Л.С./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,

протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине.....	10
4.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	10
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	14
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	41
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	41
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины.....	43
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	44

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

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	Знать: - основные понятия в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне в ценообразовании.	ПК-8 - способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне ;	
	Знать: -- основные понятия анализа и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов в области ценообразовании	ПК-9 - способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов.	
Умения	Уметь: -готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области ценовой политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне.	ПК-8 - способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	
	Уметь: - анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов в области ценообразовании.	ПК-9 - способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов.	
Владения (навыки/ опыт деятельности)	Владеть: - навыками готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области ценовой политики	ПК-8 - способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических	

	и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне.	решений на микро- и макроуровне	
	Владеть: - навыками анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов в области ценообразования..	ПК-9 - способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов.	

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы рыночного ценообразования » является обязательной дисциплиной вариативной части.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Целью изучения дисциплины «Основы рыночного ценообразования» является получение студентами специальных знаний в сфере рыночного ценообразования; формирование навыков в определении цен в условиях рынка.

Для успешного освоения курса необходимы компетенции, сформированные в результате освоения таких дисциплин учебного плана как, «Макроэкономика», «Микроэкономика».

3.Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Основы рыночного ценообразования»
на 1 семестре
очной-заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3/108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
Лекций	8
практических/ семинарских	16
Лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	46,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	36

Форма(ы) контроля:
Экзамен I семестр

Программа дисциплины «Основы рыночного ценообразования»

Модуль 1.

Тема 1. Основные теоретические концепции цены .

Теория трудовой стоимости. Теория факторов производства. Теория предельной полезности. Теория спроса и предложения. Эволюция теории цены. Система цен в экономике, принципы дифференциации цен. Функции цены. Принципы формирования цен. Состав и структура цены. Виды цен. Методы расчета средних цен. Способы выравнивания рядов средних цен. Построение индексов цен. Индексы сезонности. Индекс потребительских цен и дефлятор валового внутреннего продукта. Разработка структур цен.

Тема 2. Управление затратами и ценами на предприятии.

Ресурсное обеспечение производства продукции (основные фонды, оборотные фонды и фонды обращения, трудовые ресурсы). Классификация затрат. Себестоимость продукции: понятие, структура затрат в составе себестоимости. Управление затратами. Принятие решений предприятием с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства; определение структуры продукции с учетом лимитирующего фактора. Целесообразность снижения и повышения цен. Реакция предприятия на изменение цен конкурентов.

Тема 3. Методы ценообразования.

Факторы ценообразования. Этапы формирования цены. Затратное ценообразование. Рыночные методы ценообразования. Ценообразование с учетом ценности товара. Эконометрические методы определения цен. Конкурсное ценообразование. Ценообразование на научно-техническую продукцию. Математико-статистические методы и их применение в прикладных специфических задачах ценообразования.

Модуль 2.

Тема 4. Ценовая политика предприятия . Ценовые стратегии предприятия.

Цели ценовой политики и принципы ценообразования. Политика цен жизненного цикла товара. Тактические аспекты ценовой политики. Политика цен на новые изделия. Ценообразование в рамках товарной номенклатуры. Скидки как инструмент ценовой политики предприятия. Установление цен по географическому принципу. Установление цен для стимулирования сбыта. Установление дискриминационных цен. Учет налогов в цене продукции. Учет инфляции при ценообразовании. Учет коммунальных платежей в цене готовой продукции. Этапы разработки ценовой стратегии. Выбор типа ценовой стратегии. Стратегия премиального ценообразования. Стратегия ценового прорыва. Стратегия нейтрального ценообразования.

Ассортиментная политика предприятия. Пакетное ценообразование. Ценообразование с учетом фактора времени. Ценообразование и электронная торговля. Ценообразование и оценка бизнеса.

Тема 5. Регулирование цен.

Государственное регулирование цен. Саморегулирование цен. Общественное регулирование цен. Инфляция и методы ее измерения в России. Формы и методы воздействия государства на цены. Регулирование цен в зарубежных странах.

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Модуль 1.							
1.	Тема 1. Основные теоретические концепции и понятия цены	2	2		10	№№ 1-5, из основного списка, №№ 1 – 7 из дополнительного списка	Изучение лекционного материала и рекомендованно й литературы	Тестирование
2.	Тема 2. . Управление затратами и ценами на предприятии.	2	6		10	№№ 1-5 из основного списка, №№ 1 - 7 из дополнительного списка	Изучение лекционного материала и рекомендованно й литературы	Групповое обсуждение
3.	Тема 3. Методы ценообразования	2	4		10	№№ 1-5 из основного списка, №№ 1-7 из дополнительного списка	Изучение лекционного материала и рекомендованно й литературы, решение типовых задач	Тестирование, контрольная работа
	Модуль 2.							

4	Тема 4. Ценовая политика предприятия . Ценовые стратегии предприятия .	1	2		10	№№ 1-5, из основного списка, №№ 1-7 из дополнительного списка	Изучение лекционного материала и рекомендованной литературы, решение типовых задач	Контрольная работа
	Тема 5. Регулирование цен (9,25 часа)	1	2		6,8	№№ 1-5, из основного списка, №№ 1-7 из дополнительного списка	Изучение лекционного материала и рекомендованной литературы.	
	<u>Всего часов:</u>	<u>8</u>	<u>16</u>		<u>46,8</u>			

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

ПК-8- Способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 неудовлетворительно	3 удовлетворительно	4 хорошо	5 отлично
Первый этап (уровень)	Знать: - - основные понятия в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне в ценообразовании.	Фрагментарные знания основных понятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне в ценообразовании.	Неполные знания основных понятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне в ценообразовании.	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания основных понятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне в ценообразовании.	Сформированные систематические знания основных понятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне в ценообразовании.

<p>Второй этап (уровень)</p>	<p>Уметь: 333 -готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области ценовой политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне</p>	<p>Фрагментарные умения подготовки аналитических материалов для оценки мероприятий в области ценовой политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне</p>	<p>В целом успешное, но не систематическое использование умений подготовки аналитических материалов для оценки мероприятий в области ценовой политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне</p>	<p>В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы использование умений подготовки аналитических материалов для оценки мероприятий в области ценовой политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне</p>	<p>Сформированные умения подготовки аналитических материалов для оценки мероприятий в области ценовой политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне</p>
<p>Третий этап (уровень)</p>	<p><u>Владеть</u> - навыками готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области ценовой политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне.</p>	<p>Фрагментарное владение навыками готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области ценовой политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне.</p>	<p>В целом успешное, но не систематическое владения навыками готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области ценовой политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне.</p>	<p>В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владения навыками готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области ценовой политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне.</p>	<p>Успешное и систематическое владения навыками готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области ценовой политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне.</p>

ПК-9 - способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов.

Этап (уровень) освоения компетенци и	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 неудовлетворительно	3 удовлетворительно	4 хорошо	5 отлично
Первый этап (уровень)	Знать: основы анализа и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов в области ценообразования	Фрагментарные знания основ анализа и использования различных источников информации для проведения экономических расчетов в области ценообразования	Неполные знания основ анализа и использования различных источников информации для проведения экономических расчетов в области ценообразования	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания основ анализа и использования различных источников информации для проведения экономических расчетов в области ценообразования	Сформированные систематические знания основ анализа и использования различных источников информации для проведения экономических расчетов в области ценообразования
Второй этап (уровень)	<u>Уметь</u> анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов в области ценообразования.	Фрагментарные умения анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов в области ценообразования.	В целом успешное, но не систематическое использование умений анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов в области	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов в области ценообразования.	Сформированные умения анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов в области ценообразования.

			ценообразовании.		
Третий этап (уровень)	<u>Владеть</u> :- навыками анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов в области ценообразования.	Фрагментарное владение навыками анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов в области ценообразования.	В целом успешное, но не систематическое применение навыков анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов в области ценообразования.	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов в области ценообразования.	Успешное и систематическое применение навыков анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов в области ценообразования.

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочное средство
1-й этап Знания	<u>Знать:</u> - основные понятия в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне в ценообразовании.	ПК-8	Тест, групповое обсуждение, экзаменационные вопросы.
	<u>Знать:</u> Знать: основы анализа и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов в области ценообразовании	ПК-9	Тест, групповое обсуждение, экзаменационные вопросы.
2-ой этап Умения	<u>Уметь:</u> -готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области ценовой политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	ПК-8	Групповое обсуждение, контрольная работа.
	<u>Уметь:</u> -готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области ценовой политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	ПК-9	Групповое обсуждение, контрольная работа.
3-й этап Владения (навыки / опыт деятельности)	<u>Владеть:</u> - навыками готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области ценовой политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне.	ПК-8	Групповое обсуждение, контрольная работа.
	<u>Владеть:</u> - навыками анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов в области ценообразования.	ПК-9	Групповое обсуждение, контрольная работа.

Оценка уровня освоения дисциплины осуществляется в виде текущего и промежуточного контроля успеваемости студентов, и на основе критериев оценки уровня освоения дисциплины.

Контроль представляет собой набор заданий и проводится в форме контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Формы и содержание текущего/рубежного контроля:

- контроль посещаемости занятий;
- оценка подготовки к практическим занятиям;
- выборочная проверка ответов на вопросы самоконтроля;
- оценка уровня развития компетенций в ходе решения ситуационных задач, case-study;
- тестирование.

Студенты допускаются к экзамену по дисциплине при условии сдачи всех рубежей и заданий, предусмотренных программами текущего контроля. Экзамен проводится в виде устного собеседования по учебному материалу дисциплины. Результат сдачи зачета оцениваются в ведомостях отметкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценки экзамена:

Оценка	Описание
<u>«отлично»</u>	выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Ситуационная задача выполнена полностью без неточностей и ошибок с обоснованием управленческого решения
<u>«хорошо»</u>	выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;
<u>«удовлетворительно»</u>	выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;
<u>«неудовлетворительно»</u>	выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

Экзаменационные билеты

Структура экзаменационного билета:

Экзаменационный билет содержит 2 вопроса и 1 задачу.

Пример экзаменационного билета

Башкирский государственный университет	Направление подготовки 38.04.01 «Экономика»
Институт экономики, финансов и бизнеса	Программа «Оценка и управление имущественным комплексом»
Кафедра инновационной экономики	Дисциплина «Основы рыночного ценообразования»

Экзаменационный билет № 1

1. Основные теоретические концепции цены.
2. Затратное ценообразование

Задача. Оптовая отпускная цена составила 10000 руб., издержки обращения посредника равны 700 руб. на единицу товара, планируемая посредником рентабельность составляет 50 %, налог на добавленную стоимость для посредника – 16,5 %. определить оптовую цену закупки.

Заведующий кафедрой

Л.С. Валинурова

Вопросы для подготовки к экзамену:

1. Основные теоретические концепции цены
2. Система цен в экономике, принципы дифференциации цен.
3. Виды и функции цен.
4. Состав и структура цены.
5. Ресурсное обеспечение производства продукции (основные фонды, оборотные фонды и фонды обращения, трудовые ресурсы).
6. Классификация затрат.
7. Переменные и постоянные затраты.
8. Себестоимость продукции: понятие, структура затрат в составе себестоимости.
9. Управление затратами
10. Государственное регулирование цен.
11. Формы и методы воздействия государства на цены.
12. Регулирование цен в зарубежных странах.
13. Цели ценовой политики и принципы ценообразования.
14. Политика цен жизненного цикла товара.
15. Тактические аспекты ценовой политики.
16. Политика цен на новые изделия.
17. Ценообразование в рамках товарной номенклатуры.

18. Скидки как инструмент ценовой политики предприятия.
19. Установление дискриминационных цен.
20. Учет налогов в цене продукции.
21. Учет инфляции при ценообразовании.
22. Этапы разработки ценовой стратегии. Выбор типа ценовой стратегии.
23. Стратегия премиального ценообразования.
24. Стратегия ценового прорыва.
25. Стратегия нейтрального ценообразования.
26. Затратное ценообразование.
27. Ценообразование с учетом ценности товара.
28. Ценообразование и стратегия конкуренции.
29. Эконометрические методы определения цен.
30. Определение цены для целей налогообложения.
31. Трансфертные цены и методы их определения.
32. Математико-статистические методы и их применение в прикладных специфических задачах ценообразования
33. Принятие решений предприятием с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства; определение структуры продукции с учетом лимитирующего фактора.
34. Целесообразность снижения и повышения цен. Реакция предприятия на изменение цен конкурентов.
35. Понятие контрактной цены и способы ее фиксации. Таможенные платежи.
36. Ассортиментная политика предприятия и ценообразование.
37. Пакетное ценообразование. Ценообразование с учетом фактора времени.
38. Ценообразование и электронная торговля.
39. Ценообразование и оценка бизнеса.
40. Методы расчета средних цен.
41. Способы выравнивания рядов средних цен.
42. Индексы сезонности.
43. Индекс потребительских цен и дефлятор валового внутреннего продукта.
44. Разработка структур цен.
45. Принципы формирования цен.
46. Состав и структура цены.
47. Виды цен.
48. Методы расчета средних цен.
49. Способы выравнивания рядов средних цен.
50. Построение индексов цен

Задания для тестового контроля уровня усвоения учебного материала

Цель – оценка уровня усвоения базовых понятий и терминов рыночного ценообразования.

Тесты Основы рыночного ценообразования (модуль 1)

1. Основные цели ценообразования

- а) минимизация убытков
- б) максимизация прибыли
- в) расширение доли рынка
- г) обеспечение сбыта продукции
- д) выход на мировой рынок

2. Задачи, решаемые в процессе ценообразования

- а) снижение издержек
- б) определение спроса
- в) разработка нового продукта
- г) оптимизация производственных площадей продавца
- д) оценка издержек

3. Функция, не присущая цене

- а) регулирующая
- б) стимулирующая
- в) учётная
- г) карающая

4. Издержки производства – это ...

- а) расходы на содержание производственного оборудования
- б) сумма всех затрат на производство продукции
- в) сумма денег, полученная от реализации продукции

5. Согласно трудовой теории стоимости основной сферой образования стоимости товара выступает ...

- а) общественное производство
- б) сфера обращения
- в) сфера потребления
- г) сфера обращения и потребления

6. Рост производительности труда приводит к ...

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

7. Издержки по отношению к объему производства

- а) постоянные и переменные
- б) текущие и единовременные
- в) производственные и непроизводственные
- д) возвратные и невозвратные

8. Цена выражает ...

- а) отношения в сфере производства
- б) отношения в сфере распределения

- в) отношения в сфере потребления
- г) всю совокупность экономических отношений

9. К переменным расходам относят

- а) материальные затраты
- б) расходы на реализацию
- в) заработную плату основных рабочих
- г) амортизационные отчисления
- д) общехозяйственные расходы

10.. Переменные издержки на единицу продукции ...

- а) снижаются в зависимости от объёма производства
- б) остаются неизменными
- в) увеличиваются, если объём производства растёт
- г) зависят от постоянных издержек

11. Цели фирмы на рынке

- а) максимизация прибыли
- б) способствование развитию конкурентов
- в) максимизация оборота
- г) стабилизация цен, продаж, состояние рынка
- д) повышение налоговых поступлений в бюджеты всех уровней

12. Теории, раскрывающие экономическую сущность цены

- а) трудовой стоимости
- б) предельных издержек
- в) предельной полезности
- г) меновой стоимости
- д) закон мультипликатора

13. Принципы, лежащие в основе ценообразования:

- а) научность,
- б) целевая направленность,
- в) непрерывность,
- г) единство ценообразования и
- д) контроля.
- е) все перечисленные

14. Производственная себестоимость включает

- а) затраты цеха на производство данной продукции
- б) цеховую себестоимость
- в) общезаводские расходы
- г) затраты на производство и сбыт продукции
- д) коммерческую и технологическую себестоимость

15. Элементы добавленной стоимости при формировании цен:

- а) себестоимость и прибыль изготовителя
- б) себестоимость, прибыль и акциз
- в) себестоимость, прибыль и акциз за вычетом стоимости материальных затрат

16. Виды себестоимости:

- а) среднеотраслевая

- б) цеховая
- в) полная
- г) производственная
- д) все перечисленные

17. Виды издержек, которые составляют условно-постоянные издержки:

- а) оплата труда рабочим-сдельщикам
- б) арендная плата
- в) оплата коммунальных услуг по фиксированным тарифам
- г) оплата закупок сырья и материалов

18. Показатель рентабельности продаж товара прямо пропорционален

- а) себестоимости товара
- б) величине косвенных налогов
- в) прибыли от реализации товара
- г) ценовым надбавкам

19. Пути снижения себестоимости

- а) снижение трудоемкости продукции
- б) снижение производительности труда
- в) применение ресурсосберегающих технологий
- г) использование «черной» бухгалтерии

20. Порядок начисления налогов на отпускную цену:

- а) сначала акциз, потом НДС
 - б) сначала НДС, потом акциз
 - в) порядок начисления не имеет значения
- Вопрос:

21. Налоги, не влияющие прямо на динамику розничных цен – налоги на ...

- а) прибыль
- б) имущество
- в) доходы физических лиц

22. Полная себестоимость включает ...

- а) акциз
- б) амортизацию
- в) торговую надбавку
- г) цеховые расходы

23. Основа формирования цен затратными методами включает ...

- а) прибыль предприятия
- б) максимальный уровень рентабельности
- в) себестоимость продукции
- г) средние издержки

24. Розничная цена отличается от отпускной цены производителя на величину ...

- а) посреднической и торговой надбавки
- б) косвенных налогов
- в) прибыли торговой организации

25. Статьи калькуляции расчётной базы цены, относящиеся к прямым расходам:

- а) сырьё и материалы
 - б) топливо и энергия на технологические цели
 - в) общехозяйственные расходы
 - г) коммерческие расходы
26. Цены на ресурсы включаются в состав издержек фирмы.
- а) иногда включаются
 - б) всегда включаются
 - в) никогда не включаются
27. Стандартная ставка НДС, которая учитывается при калькуляции цены товара — ... %.
- а) – 5
 - б) 18
 - в) 0
28. В производственную себестоимость не входит (ят) ...
- а) зарплата производственных рабочих
 - б) цеховые расходы
 - в) внепроизводственные расходы
 - г) расходы на топливо и электроэнергию
29. Акциз как специфическая форма косвенного налогообложения находит отражение в цене ...
- а) всех потребительских товаров
 - б) всех промышленных товаров
 - в) ограниченного круга потребительских товаров
30. Полная себестоимость продукции включает ...
- а) производственную себестоимость и коммерческие расходы
 - б) альтернативные издержки
 - в) только производственную себестоимость
31. Издержки и прибыль торговых организаций включаются в ...
- а) закупочную цену
 - б) оптовую цену предприятия
 - в) равновесную цену
 - г) отпускную цену промышленности
32. Предприятие приобрело установку за 1000 тыс. рублей и рассчитывает использовать её для производства продукции в течении 5 лет. Определить норму амортизация, используя линейный метод (выбрать правильный ответ):
- а) 20 %;
 - б) 5 %;
 - в) 1 %.
33. Предприятие приобрело установку за 1000 тыс. рублей и рассчитывает использовать её для производства продукции в течении 5 лет. Определить сумму амортизационных отчислений, используя линейный метод (выбрать правильный ответ):
- а) 10 тыс. руб.;
 - б) 500 тыс. руб.;

- в) 200 тыс. руб.;
- г) 0 руб.

34. Определить расценку на изделие, если время обработки составляет 2 час, средняя часовая ставка работ – 150 рублей (выбрать правильный ответ):

- а) 150 руб.;
- б) 300 руб.;
- в) 100 руб.;
- г) 1 руб.

35. Определить сдельный заработок рабочего исходя из следующих данных:

- изготовлено 100шт изделий;
- время на изготовлении единицы изделия 0,05 час.;
- часовая тарифная ставка – 200 руб.;
- премия за качество – 30 %.

Выбрать правильный ответ:

- а) 500 руб.;
- б) 1300 руб.;
- в) 10 руб.

36. Определить численность основных рабочих по следующим данным:

- программа выпуска изделий – 100000 шт;
- время на изготовлении единицы изделия 0,05 час.;
- бюджет времени рабочего в месяц 160 часов;
- коэффициент выполнения норм 1,05.

Выбрать правильный ответ (с округлением):

- а) 15 чел.
- б) 1 чел.
- в) 30 чел.

37. Определить производственную себестоимость изделия по следующим данным:

- затраты на основные материалы – 5 руб.;
- затраты на заработную плату рабочего – 3 руб.;
- коэффициент общецеховых расходов – 3;
- коэффициент общехозяйственных расходов – 2.

Выбрать правильный ответ:

- а) 100 руб.;
- б) 23 руб.;
- в) 5 руб.

38. Определить полную себестоимость изделия по следующим данным:

- производственная себестоимость – 25 руб.;
- процент расходов на сбыт продукции – 10 %

Выбрать правильный ответ:

- а) 27.5 руб.
- б) 40 руб.;
- г) 80 руб.

39. Себестоимость выпуска товара равна 2000 руб. за единицу, планируемая производителем рентабельность – 15 % к затратам. Определить оптовую цену изготовителя на товар (выбрать правильный ответ).

- а) 4000 руб.;

- б) 2300 руб.;
- в) 10000 руб.

40. Предприятием-изготовителем установлена отпускная цена предприятия в размере 800 руб. за единицу продукции. Ставка акциза равна 20 %, ставка налога на добавленную стоимость – 20 %. определить оптовую отпускную цену товара (выбрать правильный ответ).

- а) 1152 руб.;
- б) 2000 руб.;
- в) 5000 руб.

Тесты Основы рыночного ценообразования (модуль 2)

1. Регулируемыми называют:

- а) цены спроса
- б) цены рекомендуемые
- в) цены лимитные,
- г) цены предложения
- д) цены гарантированные
- е) цены залоговые
- ж) цены пороговые

2. Реальные товары со строго индивидуальными свойствами продаются на:

- а) биржах
- б) аукционах
- в) биржах и аукционах
- г) нет правильного ответа

3. Перечислите виды цен, не регулируемые государством:

- а) цены спроса
- б) цены рекомендуемые
- в) цены лимитные,
- г) цены предложения
- д) цены гарантированные
- е) цены производства

4. Цены, которые устанавливаются в момент подписания договора и не меняются в течение всего срока поставки продукции по договору называются:

- а) твёрдые
- б) подвижные
- в) скользящие

5. К публикуемым ценам относятся:

- а) справочные и преysкурантные цены
- б) биржевые котировки
- в) цены аукционов, торгов
- г) все перечисленные варианты

6. Какими товарами не торгуют на биржах:

- а) цветные и драгоценные металлы
- б) нефтепродукты
- в) зерновые

г) предметами старины и искусства

7. Фактор макроэкономики, не влияющий на цены

- а) общественно-необходимые затраты труда
- б) уровень научно-технического прогресса
- в) стоимость рабочей силы
- г) себестоимость производства и реализации

8. Верхняя граница цены определяется ...

- а) суммой постоянных и переменных затрат
- б) спросом
- в) суммой внешних и внутренних издержек
- г) издержками и максимальной прибылью

9. Главное отличие затратных и параметрических методов ценообразования:

- а) первые учитывают себестоимость, а вторые цену основных параметров товара
- б) первые не учитывают прогнозируемую прибыль, а вторые — учитывают
- в) первые учитывают косвенные налоги, а вторые — не учитывают
- г) первые не учитывают себестоимость, а вторые — учитывают

10. Ценовая стратегия, которую рекомендуется применять, если фирма реализует линейку моделей аналогичных товаров:

- а) конкурентного ценообразования
- б) дифференцированного ценообразования
- в) ассортиментного ценообразования

11. Косвенные методы регулирования цены

- а) установление предельного норматива рентабельности
- б) изменение акцизной ставки
- в) установление паритетных цен
- г) введение рекомендательных цен по важнейшим видам продукции

12. Политика фиксированных цен заключается в продаже товара по ценам ...

- а) утверждённым руководством компании
- б) ниже себестоимости
- в) определяемым торговым посредником

13. Равновесная цена — цена, при которой равны ...

- а) объём спроса на товар и объём его предложения
- б) прибыль и затраты на производство товара
- в) объём реального производства и потенциальные возможности предприятий

14. Методы установления цен на основе нескольких параметров:

- а) метод регрессионного анализа
- б) агрегатный метод
- в) метод удельных показателей

15. Экономия живого труда по мере развития научно-технического процесса вызывает ...

- а) снижение общественно-необходимых затрат, а вместе с ними и цен
- б) сохранение затрат и цен в неизменном виде
- в) возрастание общественно-необходимых затрат, а вместе с ним и цен

16. В какую сторону цена может отклоняться от стоимости:
- а) цена может быть выше или ниже стоимости
 - б) цена всегда равна стоимости
 - в) цена не может отклоняться от стоимости ни при каких условиях
17. Как формируются цены в условиях рыночной экономики:
- а) с ориентацией исключительно на изменение затрат в процессе производства
 - б) главным образом в зависимости от потребительских свойств продукции и спроса на неё
 - в) с учётом спроса и предложения на рынке
18. Расчет цены по методу «прямые издержки + прибыль» означает начисление стандартной наценки ...
- а) на себестоимость товара
 - б) с учётом нормативной прибыли на себестоимость товара и определение цены в виде суммы себестоимости и прибыли
 - в) а себестоимость без учёта прибыли
19. Внешние факторы, влияющие на ценообразование
- а) общий покупательский спрос на продукцию
 - б) себестоимость продукции
 - в) сезонность покупательского спроса
 - д) качество материалов и труда
20. Цена спроса – это ...
- а) минимальная цена, которую покупатель согласен заплатить
 - б) цена, по которой совершается сделка
 - в) максимальная цена за товар
21. Основной метод установления цен
- а) захват потребительского излишка
 - б) «снятия сливок»
 - в) средние издержки плюс прибыль
 - г) максимум прибыли
 - д) обеспечение безубыточности
22. Затратный подход к ценообразованию основан на учёте ...
- а) всех фактических затрат на производство и сбыт товаров
 - б) прямых затрат на производство товара
 - в) постоянных затрат на производство товара
23. Безубыточный объём продаж зависит от ...
- а) эксплуатации оборудования
 - б) платёжеспособного спроса
 - в) запасов на складе
 - г) цены с учётом постоянных и переменных затрат
24. Низшую границу цены определяют ...
- а) прямые затраты
 - б) косвенные затраты
 - в) издержки производства и обращения

г) переменные издержки

25. Все ценообразующие факторы действуют ...

- а) изолированно
- б) в неразрывном единстве
- в) периодически

26. Цена товара окончательно формируется ...

- а) в производстве
- б) на рынке
- в) в процессе потребления
- г) в процессе распределения

27. Внешние факторы ценообразования

- а) специфика жизненного цикла продукции
- б) организация сервиса
- б) стабильность в стране
- г) характер регулирования экономики государством

28. В условиях рыночной экономики динамика цен формируется ...

- а) сознательно
- б) субъективно
- в) непредсказуемо
- г) под влиянием государства

30. На формирование ценовой политики фирмы оказывают влияние

- а) потенциальные потребители
- б) издержки производства
- в) уровень цен конкурентов
- г) конъюнктура рынка
- д) государственная политика цен

31. Внутренний фактор, влияющий на ценообразование:

- а) качество конкурирующей продукции
- б) текущие цены на конкурирующую продукцию
- в) трудоёмкость производства
- г) использование ограниченных ресурсов

32. Цели ценовой политики предприятия

- а) максимизация прибыли
- б) расширение оборота предприятия
- в) стимулирование конкуренции
- г) улучшение качества продукции
- д) увеличение собираемости налогов в казну

33. Цены фондового рынка формируются на ... торгах.

- а) биржевых
- б) аукционных
- в) тендерных
- г) валютных

34. Цены по характеру обслуживаемого оборота
- а) закупочные
 - б) регулируемые
 - в) оптовые
 - г) мировые
 - д) региональные
 - е) розничные
35. При аукционной форме продажи в классическом ее варианте —
- а) стартовая цена ниже конечной цены реализации
 - б) стартовая цена выше конечной цены реализации
 - в) стартовая цена равна конечной цене реализации
36. Абсолютное количественное выражение цены в деньгах
- а) структура
 - б) динамика
 - в) уровень
 - г) спрос
37. Виды цен в зависимости от обслуживания конкретных отраслей или сфер экономики:
- а) закупочные
 - б) текущие
 - в) розничные
 - г) единые
38. Публикуемые (справочные) цены, как правило, являются ценами ...
- а) спроса
 - б) предложения
 - в) обмена
 - г) взаимозачёта
39. Тендер позволяет приобрести товар по
- а) максимальной цене
 - б) цене, максимально отражающей качество товара
 - в) минимальной цене
40. Виды цен в зависимости от территории действия:
- а) единые
 - б) зональные
 - в) рыночные
 - г) справочные
 - д) местные
41. Подсистема, входящая в систему цен
- а) внутренние (национальные) цены
 - б) цены бартерных операций
 - в) цены «чёрного» рынка
42. Политика фиксированных цен на предприятии заключается в продаже товара по ценам
- а) утверждённым руководством компании

- б) ниже себестоимости
 - в) определяемым торговым посредником
43. Закупочные цены используются для ...
- а) реализации сельхозпродукции населению
 - б) реализации промышленной продукции компаниям
 - в) скупки сырья и материалов у предприятий
 - г) реализации сельхозпроизводителями своей продукции государству и предприятиям
44. Розничная цена отличается от отпускной цены производителя на величину
- а) торговой надбавки
 - б) косвенных расходов
 - в) прибыли
45. Сезонность может привести на рынке к ...
- а) стабильности розничных цен
 - б) шокам предложения
 - в) шокам спроса
 - г) колебаниям розничных цен
46. Процентная ставка с точки зрения ценообразования отражает
- а) взаимозависимость рынка товаров и денег
 - б) принцип возвратности заемных средств
 - в) принцип платности за использование кредитных средств
 - г) инфляционные ожидания в экономике
47. Цены биржевых операций называются ...
- а) тарифы
 - б) лимиты
 - в) оферта
 - г) котировки
48. Торговая надбавка при условии, что товар облагается акцизом устанавливается к ...
- а) отпускной цене без НДС и акциза
 - б) отпускной цене с НДС и акцизом
 - в) розничной цене
49. С увеличением темпов инфляции цены на розничные товары ...
- а) возрастают
 - б) снижаются
 - в) не изменяются
50. Ценовая стратегия, которую рекомендуется применять при неоднородности покупателей и возможности продажи одного и того же товара по нескольким ценам:
- а) дискриминации цен
 - б) дифференциации цен
 - в) конкурентного ценообразования.
51. Процесс разработки ценовой стратегии включает
- а) сбор исходной информации о рынке

- б) стратегический анализ
- в) изучение нормативов ценообразования
- г) поиск методов оптимизации налогов

52. Стратегия, при которой установление цен на более низком уровне, чем по мнению большинства покупателей заслуживает товар с данной экономической ценностью

- а) ценового прорыва
- б) премиального ценообразования
- в) скорейшего возврата средств

53. Изменение выигрыша фирмы за счёт объёмов реализации при неизменных ценах на её продукцию называется ...

- а) эффектом цены
- б) эффектом объёма
- в) эффектом издержек
- г) удельным выигрышем

54. Стратегия «ценового прорыва» относится к стратегии ... ценообразования

- а) дифференцированного
- б) конкурентного
- в) ассортиментного

55. Этап жизненного цикла товара, на котором прибыль от продаж достигает максимального значения – этап ...

- а) внедрения на рынок
- б) роста продаж
- в) зрелости товара
- г) насыщения рынка

56. Изменение выигрыша фирмы от продажи прежнего объёма продукции за счёт изменения цены на неё называется

- а) эффектом объёма
- б) удельным выигрышем
- в) прибылью
- г) эффектом цены

57. Стратегия средних цен может быть представлена стратегией

- а) проникновения на рынок
- б) «снятия сливок»
- в) следования за лидером
- г) дифференцированных цен

58. Метод, который правомерно использовать для стимулирования сбыта продукции – метод

- а) полных издержек
- б) прямых издержек
- в) ценовых «пакетов»

59. Выберите из ниже перечисленных стратегий не относящуюся к ценовым стратегиям:

- а) стратегия дифференцированного ценообразования
- б) стратегия конкурентного ценообразования

- в) стратегия сниженного налогообложения
- г) стратегия ассортиментного ценообразования

60. Стратегия «снятие сливок» используется для товаров ...

- а) не имеющих аналогов
- б) имеющих аналоги
- в) отличающихся новизной
- г) престижных

61. Стратегия низких цен используется ...

- а) для товаров, выпускаемых в небольших объемах
- б) при масштабном выпуске продукции
- в) при больших финансовых затратах
- г) для прорыва на рынок

62. Для принятия решения по ценовым стратегиям информация должна включать:

- а) данные о состоянии рынка
- б) данные о конкурентах и их действиях
- в) данные о государственной политике в сфере ценообразования
- г) реакцию покупателей на цены
- д) факторы, влияющие на выручку от продаж
- е) информацию об изменении налоговых ставок

63. Регулирование государством цен посредством установления условий ценообразования осуществляется в формах ...

- а) установления государственных преysкуранных цен
- б) установления максимального уровня разового повышения цен
- в) замораживания цен
- г) государственного контроля за монопольными ценами

64. Декларирование цен – это ...

- а) вид ценовой стратегии
- б) форма государственного контроля за ценами на продукцию предприятий-монополистов
- в) форма ценовой конкуренции

65. Воздействовать на динамику цен в рыночной экономике государство ...

- а) не способно
- б) имеет возможность
- в) не имеет возможность

66. Государственное регулирование ценообразования отсутствует на ...

- а) одежду и обувь
- б) хлеб и хлебобулочные изделия
- в) топливо твердое, реализуемое населению
- г) тарифы на городские виды транспорта

67. Государство устанавливает нижний лимит цен для ...

- а) решения социальных вопросов
- б) обеспечения необходимой прибыли предприятия
- в) стимулирования научно-технического прогресса

д) фискальных целей

68. Государственное регулирование цен наиболее развито и распространено в ...

- а) планово-централизованной системе управления экономикой
- б) чисто рыночной системе управления экономикой
- в) смешанной системе управления экономикой

69. Органами исполнительной власти субъектов РФ регулируются цены на ...

Варианты ответа:

- а) драгоценные металлы
- б) протезно – ортопедические изделия
- в) оплату населением жилья и коммунальных услуг
- г) ритуальные услуги

70. Регулирование цен со стороны государства в условиях рыночной экономики ...

- а) не осуществляются
- б) необходимо на ограниченный круг товаров
- в) желательно только на предметы потребления
- г) необходимо только на продукты питания

71. В России стратегия монополистического ценообразования ...

- а) разрешается
- б) запрещена законом
- в) запрещена этикой рынка
- г) законом не запрещена

72. Регулирование цен на продукцию предприятий — монополистов может осуществляться в форме применения ... цен.

- а) скользящих
- б) предельных
- в) преysкурантных
- г) сезонных

73. Регулируемая система цен в основном применяется ...

- а) в отраслях с естественной монополией
- б) на рынках средств производства
- в) на потребительском рынке
- г) на мировом рынке

74. Правительством РФ и федеральными органами исполнительной власти регулируются цены на ...

- а) товары народного потребления первой необходимости
- б) газ, отпускаемый населению ЖСК
- в) продукцию оборонного назначения
- г) топливо и керосин, реализуемый населению

75. Степень влияния цены ресурсов на денежные доходы фирмы:

- а) никакие влияют
- б) влияют в небольшой степени
- в) влияют в значительной степени

76. Торговая надбавка – это ...

- а) затраты торговой организации, состоящие из затрат на оплату труда, аренды помещения

и прочих затрат

- б) цена за услугу торговой организации, включающая издержки обращения, НДС и
- в) прибыль торговой организации

77. Базовый ценообразующий фактор

- а) мода и вкусы
- б) внутрипроизводственные издержки
- в) политические изменения
- г) ставки налоговых выплат

78. Торговая надбавка – это ...

- а) затраты торговой организации на оплату труда, аренду и прочие затраты
- б) прибыль торговой организации от результатов ее деятельности
- в) процент от цены закупки

80. Увеличение налога на прибыль производителей товаров может привести к ... отпускной цены.

- а) уменьшению
- б) увеличению
- в) стабилизации

Критерии оценивания теста:

Баллы	Описание
5	Процент правильных ответов от 85% до 100%
4	Процент правильных ответов от 70 до 84%
3	Процент правильных ответов от 50 до 69%
2	Процент правильных ответов менее 50%

Индивидуальные задания

Групповое обсуждение (тема 1).

Тема № 1: Ценообразование на рынке недвижимости:

1. Макроэкономические факторы ценообразования на рынке недвижимости.
2. Факторы, определяющие спрос на объекты недвижимости.
3. Факторы, определяющие предложение на объекты недвижимости.

Ход выполнения: самостоятельная работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками, подготовка сообщений и докладов. Результаты работы обсуждаются на практическом занятии.

Критерии оценивания группового обсуждения

Наименование критерия оценивания	Максимальный балл
Теоретический уровень знаний	1
Активность участия	1
Способность делать выводы	1
Способность отстаивать собственную точку зрения	1
Практическая ценность точки зрения	1
Итого:	5

Итоговая оценка выставляется как сумма набранных баллов

Задание на контрольную работу 1. Ресурсное обеспечение производства (тема 1)

Цель – оценить уровень владения базовыми понятиями и навыками их использования в решении задач. Задание выполняется в письменной форме.

Задача 1. Первоначальная стоимость станка – 300 тыс. руб., нормативный срок службы – 12 лет. Выручка от реализации отдельных узлов станка, стоимость лома после износа – 25 тыс. руб. Определить норму амортизационных отчислений (На).

Задача 2 Приобретен объект стоимостью 800000 руб. и нормативным сроком службы 4 года. Коэффициент ускорения – 2. Определить годовые суммы амортизации по объекту.

Задача 3. Число дней в году – 365, нерабочих – 120, режим работы – двухсменный, продолжительность смены 8 часов, простой оборудования – 4 %. Фактический фонд времени – 3326. Определить действительный фонд времени работы оборудования.

Задача 4. Первоначальная стоимость установки – 20 млн. руб. Через 6 лет стоимость подобных установок составила 15 млн. руб., а норма амортизации осталась прежней – 10 %. Определить остаточную стоимость на начало седьмого года; сумму потерь от морального износа (млн.руб.).

Задача 5. В третьем квартале выработка продукции на одного работающего составила 5000 руб/чел. В четвертом квартале предприятие планирует выпустить продукции на сумму 15 млн руб и одновременно снизить численность работающих на 80 человек. Определить выработку на одного работающего в 4 квартале (руб/чел); планируемый прирост производительности труда (%).

Задача 6 .В плановом периоде цех будет производить различные изделия, в том числе изделия А, В, Б. Изделие А производится в количестве 1000штук, трудоемкость изготовления которого 26,3 нормо-час, изделие В – 5000 штук, трудоемкость 14, 42 нормо-час, изделие Б – 5000 штук, трудоемкостью 9,5 нормо-час. Нормативная трудоемкость прочих видов продукции – 65000 нормо-час. Рассчитать численность основных рабочих и фонд зарплаты, расценки по изделиям, если средняя часовая тарифная ставка 172 рубля за час, премия – 30 %, дополнительная зарплата – 12 %.

Задача 7. Определить зарплату рабочего при сдельно-премиальной системе оплаты труда, если расценка за 1 изделие 280 руб, премия за выполнение задания – 20%, а каждый процент перевыполнения – 1,5 % сдельного заработка. За месяц изготовлено 50 изделий, задание выполнено на 103,4 %.

Задача 8. Определить величину зарплаты рабочего в % от выручки, если известно, что плановая выручка – 810 тыс. руб, процент отчислений на оплату труда в пределах плановой выручки 10,9 %, а на сумму выручки сверх установленного задания – 15%. Фактическая выручка составила 950 тыс руб.

Задача 9. Рассчитать плановый фонд оплаты труда, среднемесячную зарплату одного производственного рабочего, если для выполнения плана необходимо отработать 8000 нормо-часов. Плановые доплаты за неотработанное время 10 %, средний процент премии 20%, коэффициент выполнения норм 1,1. Количество рабочих дней в месяце 22 при 7,84 часовом рабочем дне. Средняя часовая ставка 192 рубля.

Задание на контрольную работу 2. «Себестоимость, прибыль, рентабельность» (тема 2)

Цель – оценить уровень владения базовыми понятиями и навыками их использования в решении задач. Задание выполняется в письменной форме.

Задача 1. Объем продаж в отпускных ценах (без конечных налогов) составил 5000 млн руб., себестоимость продаж – 3800 млн руб., в том числе переменные расходы – 2850 млн руб., а постоянные расходы – 950 млн руб. Предполагаемый рост объема продаж в плановом периоде 10 % (индекс роста объема продаж 1,1). Определить рост прибыли по фактору роста объема производства (продаж).

Задача 2. Производственная площадь цеха 4000 кв.м. На каждый кв.метр площади цеха необходимо осветительных точки мощностью 150 Вт. Определить затраты на освещение цеха, если коэффициент одновременного горения ламп – 0,7, число рабочих дней в году – 250 дней, цех работает в 2 смены, стоимость кВт/час – 2,78 рубля.

Задача 3. Объем реализованной продукции в базовом году составил 140000 тыс.руб. Смета затрат на производство и реализацию продукции следующая:

Элементы затрат	Сумма, тыс. руб.
Материальные затраты	40000
Оплата труда	24000
Отчисления социального страхования	600
Амортизационные отчисления	34400
Прочие затраты	1000
Итого	100000

Определить предельный процент увеличения заработной платы в плановом году при условиях сохранения базового уровня рентабельности производства и росте цен на материалы и выпускаемую продукцию в 1,5 раза. Переоценка фондов в плановом году не планируется. Рост прочих затрат составит 10 %.

Задача 4. Объем продаж в отпускных ценах (без конечных налогов) составил 5000 млн руб., себестоимость продаж – 3800 млн руб., в том числе переменные расходы – 2850 млн руб., а постоянные расходы – 950 млн руб. Предполагаемый рост объема продаж в плановом периоде 10 % (индекс роста объема продаж 1,1). Определить рост прибыли по фактору роста объема производства (продаж).

Задача 5. Составить плановую калькуляцию и рассчитать цену на деталь А по следующим исходным данным:

- норма расхода материала	1,1 кг;
- цена за 1,0 кг. материала	250 рублей;
- трудоемкость изготовления детали А	1,6 н/ч;
- средняя часовая тарифная ставка	90 руб. в час;
- доплаты, премия за производственные результаты	40 %;
- дополнительная зарплата	14 %;
- коэффициент РСЭО	1,2;
- коэффициент цеховых расходов	1,1;
- коэффициент общехозяйственных расходов	0,9;
- коммерческие (сбытовые) расходы в % от	

производственной себестоимости	3%;
- плановая рентабельность производства	30 %.

Задача 6. В выпускающем цехе производится изделие в количестве 1000 штук. Норма расхода материала 2,0 кг, коэффициент использования материалов – 0,7, стоимость одного килограмма которого – 110 рублей (стоимости возвратных отходов – 22 рубля за кг). Трудоемкость изготовления детали 1,8 н/ч, средняя часовая тарифная ставка 90 рублей за один час. Доплаты, надбавки и премия за производственные достижения – 50 %, дополнительная зарплата – 12 %. Процент общецеховых расходов составляет – 300 %, общехозяйственных – 90 %. Расходы по сбыту продукции – 5 % от производственной себестоимости. Рентабельность производства – 20 %. Определить плановый объем выручки выпускающего цеха.

Задача 7. В отчетном году себестоимость товарной продукции составила 450, 2 тысяч рублей, что определило затраты на 1 рубль товарной продукции – 0,89 руб. В плановом году затраты на рубль товарной продукции установлены в размере 0,85 руб. Объем производства продукции будет увеличен на 8 %. Определите себестоимость товарной продукции планового года

Задание на контрольную работу 3. Методы ценообразования (тема 3)

Цель – оценить уровень владения базовыми понятиями и навыками их использования в решении задач. Задание выполняется в письменной форме.

Задача 1. Определить свободную розничную цену изделия, составить структуру свободной розничной цены, если известны следующие данные:

- 1) себестоимость изделия – 800 руб.,
- 2) НДС – 18% к отпускной цене без НДС,
- 3) отпускная цена предприятия (с НДС) – 1180 руб.,
- 4) оптовая надбавка – 10% к отпускной цене предприятия,
- 5) торговая надбавка – 20% к отпускной цене промышленности.

Задача 2.

Предприятие изготавливает изделие А и реализует их по цене 7000 руб. за штуку, при этом удельные переменные затраты на единицу продукции составляют 2500 руб., сумма ежемесячных постоянных затрат равна 112500 руб. При каком объеме выпуска предприятие достигнет точки безубыточности?

Задача 3.

Фирма заключила договор с оптовой базой на поставку товара по цене 2500 руб. за единицу, включив в договор поставки оговорку о повышении цены в случае увеличения издержек на материалы и заработную плату. Определить повышение цены (в %) за время, прошедшее с момента подписания договора до фактической их поставки. Известно, что за этот период при изготовлении одной единицы товара стоимость материалов увеличилась с 600 до 800 руб., размер заработной платы основных рабочих - с 80 до 100 руб. Необходимо учесть, что при определении цены доля материалов составляет 60% от цены, доля заработной платы – 20% от цены.

Задача 4. Используя метод балловых оценок, определить розничную цену фенов «Philips» и «Scarlett», если для расчета себестоимости одного балла был принят фен «Philips», себестоимость которого 300 руб. Балловая оценка параметров фенов указанных марок:

Марка	Долговечность	Надежность	Дизайн	Сумма баллов
«Philips»	42	20	28	90
«Scarlett»	40	25	31	96

Уровень рентабельности фена «Philips» составляет 25% себестоимости, «Scarlett» - 30% себестоимости; НДС – 18%; торговая надбавка – 15%.

Задача 5. Предприятие производит и реализует продукцию одного вида в количестве 500 шт. Цена реализации изделия – 130 руб. Маркетинговые исследования показали, что можно увеличить объем реализации на 10 % – до 550 шт. изделий при незначительном снижении цены. Поскольку производственные мощности позволяют увеличить объем выпуска, необходимо определить выручку предприятия при снижении цены – на 5 руб. и на 10 руб.

Задача 6. Предприятие производит и реализует продукцию одного вида в количестве 500 шт. Цена реализации изделия – 130 руб., полная себестоимость – 65 руб. (удельный вес постоянных затрат – 30 %). Маркетинговые исследования показали, что можно увеличить объем реализации на 10 % – до 1100 шт. изделий при незначительном снижении цены. Поскольку производственные мощности позволяют увеличить объем выпуска, необходимо определить, насколько экономически выгодно фирме снизить цену – на 5 руб. или на 10 руб.

Задание на контрольную работу 3. Государственное регулирование цен (тема 5)

Темы для обсуждения:

1. Государственное регулирование цен: сущность, прямые и косвенные методы.
2. Инфляция и методы ее измерения в России.
3. Формы и методы воздействия государства на цены.
4. Регулирование цен в зарубежных странах.

Задача 1. Определите регулируемый тариф и плату за провоз по системе двухставочного тарифа на провоз по железной дороге 50 т груза на расстояние 80 км на 2013 г. и в 2015 г. Исходные данные 2013 г.: затраты на начально-конечные операции (10т) – 1700 руб., затраты на передвижение (на 10 т/км) – 45 руб., предельный уровень рентабельности перевозок груза – 35%.

Предельные коэффициенты повышения тарифа: с 1 января 2014 г. - 1,3 (по сравнению с 2013г.), с 1 января 2015 г. – 1,2 (к ранее установленным государственным регулируемым тарифам).

НДС в 2013 г. – 20%, в 2015 г. – 18%.

Критерии оценивания задачи

Баллы	Описание
5	Задание выполнено полностью и правильно
4	задание выполнено полностью, но решение содержит несущественные ошибки
3	Задание выполнено частично или содержит существенные ошибки
2	задание выполнено частично и содержит существенные ошибки

Основные термины

Активное ценообразование – установление цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и целевого уровня рентабельности.

Нейтральная стратегия ценообразования – установление цен исходя из того соотношения «цена – ценность», которое соответствует большинству продаваемых на рынке аналогичных товаров.

Параметрическое ценообразование – установление цен на параметрический ряд товаров в соответствии с формализованной моделью зависимости цены от основных потребительских параметров товаров.

Пассивное ценообразование – определение цен на основе затратного метода или только под воздействием ценовых решений конкурентов.

Политика фиксированных цен – продажа товаров по утвержденному руководством фирмы сборнику цен (прейскуранту).

Политика цен – система установленных правил определения цен для типовых сделок при продаже товаров фирмы.

Премиальная цена – цена товара, превышающая среднюю рыночную цену на величину премии за его репутацию.

Тактика ценообразования – набор конкретных практических мер по управлению ценами на товары фирмы, используемых для решения поставленных перед ценовиками задач

Цена базисная – цена товара стандартного качества, исходя из которой устанавливается цена на товар более высокого или более низкого качества.

Цена безубыточности – цена товара, при которой производственная фирма может лишь возмещать свои издержки.

Цена валовая – цена с включением затрат на транспортировку товара, его страхование и другие издержки.

Цена восстановленная – цена, достигшая прежнего уровня после ее понижения или повышения.

Цена государственная – цена, установленная государственными органами.

Цена действительная – цена, по которой фактически совершается сделка.

Цена демпинговая – экспортная цена, которая ниже, чем на внутреннем рынке, или ниже мировой цены.

Цена единственная – твердая цена купли или продажи, назначенная клиентом брокеру.

Цена заключительная – цена курсов, котировок, зарегистрированных на бирже перед ее закрытием.

Цена интервенционная – повышенная цена некоторых видов товаров, устанавливаемая директивно государством или группой государств на основе межправительственных соглашений для поддержки производства данных товаров.

Цена иска – денежная величина требования, заявленного истцом при подаче иска в суд, арбитраж, подлежащая взысканию с ответчика в пользу истца при положительном решении суда.

Цена картельная – монопольная цена, устанавливаемая участниками картеля для устранения конкурентов.

Цена каталожная – официальная цена, публикуемая в каталогах и проспектах фирм, организаций оптовой и розничной торговли.

Цена консалтинговых услуг – фактическая величина оплаты на услуги консультативного характера.

Цена контрактная – цена, предусмотренная в договоре купли-продажи или в договоре выполнения работ, согласованная между продавцом и покупателем в ходе заключения договора.

Цена котировальная – цена, определенная на основе котировок; используется обычно в качестве ориентира.

Цена красная – цена сделки, удовлетворяющая и покупателей, и продавцов.

Цена льготная – пониженный уровень цены на товар для стимулирования продажи или цена, дотируемая для отдельных категорий потребителей.

Цена мировая – денежное выражение интернациональной стоимости единицы реализуемого на мировом рынке товара, например, тонны пшеницы.

Цена нетто: для продавца – фактическая выручка от продажи товара за вычетом расходов, связанных с исполнением сделки; для покупателя – сумма, фактически уплаченная продавцу.

Цена общая – цена на весь закупленный товар, состоящий из различных компонентов, материалов или предметов разных сортов, размеров, или цена, включающая все расходы.

Цена оптимальная – цена, полученная на основе объективно обусловленных оценок затрат и дохода от реализации товара.

Цена отпавная – цена, ниже которой продавец не согласен продавать свой товар, или цена, которую готов заплатить покупатель.

Цена паушальная – цена разнородных по качеству товаров, устанавливаемая в среднем вне зависимости от индивидуальных качеств, сортов отдельных единиц товара.

Цена по клирингу – ежедневная цена, по которой расчетная палата осуществляет между своими членами расчеты по всем сделкам.

Цена покупная – цена товара, образующаяся из фабричной цены изделия, цены производства и издержек на реализацию товара, а также прибыли участников каналов сбыта.

Цена полная – цена со всеми надбавками к базисной цене.

Цена предельная – максимально допустимая, повышенная или сниженная цена на рынке в течение торгового цикла, сезона.

Цена предложения – цена товара, по которой продавцы на данном рынке предлагают его к продаже; она зависит от объема продаж, издержек продавца и других факторов.

Цена прекращения производства – цена товара, при которой фирма не возмещает издержки производства; она равна минимальным предельным издержкам.

Цена производства – часть цены товара, равная сумме издержек производства и прибыли производителя; она не включает издержки обращения.

Цена «просела» – термин, обозначающий резкое падение цены, обусловленное внешним влиянием на нее других рынков; применяется по отношению к товару, на который продолжительное время цена изменялась незначительно и вдруг «просела».

Цена резервирования – отпавная цена, ниже которой продавец не будет продавать свой товар.

Ценовой ряд – существующие одновременно соотношения цен на разные модели или модификации одного и того же товара одной фирмы или всех фирм, действующих на данном рынке.

Цена с последующей фиксацией – цена, устанавливаемая в ходе исполнения договора, в котором определяется правило ее фиксации.

Цена «спот» – цена, по которой товар реализуется с немедленной оплатой.

Цена субвенционированная – цена ниже или равная себестоимости продукции вследствие государственных дотаций, предоставляемых производителю.

Цена твердая – цена, установленная при заключении договора и остающаяся неизменной в течение всего срока его действия.

Цена тесная – цена, которой соответствует минимальный разрыв между ценами покупателя и продавца по ценной бумаге.

Цена торговая – цена товаров, приобретаемых розничным торговцем у оптовика для дальнейшей их продажи.

Цена третичная – цена, используемая при разработке условий купли-продажи

собственности компании, акции которой не обращаются на вторичном рынке ценных бумаг; рыночная стоимость такой компании не может быть точно определена.

Цена управляемая – цена, установленная на основе изучения спроса и предложения в условиях сильно монополизированного рынка.

Цена уторговывания – уменьшенная цена, возникающая в результате коммерческих переговоров, в ходе которых покупатель стремится снизить первоначально назначенную продавцом цену, используя тактические и психологические приемы, чем достигает новой, более низкой цены.

Цена фабричная – цена товара, складывающаяся из материальных затрат, оплаты труда и общезаводских расходов в расчете на единицу товара; по существу эта цена представляет собой **себестоимость товара**.

Цена фактическая – цена, по которой фактически совершается сделка.

Цена фактурная – цена, указанная в фактуре (счете) на поставленный товар.

Ценностное ценообразование – установление цен таким образом, чтобы это обеспечивало фирме получение большей прибыли за счет достижения выгодного для нее соотношения ценность–затраты.

«Ценовой круг» – объединение предпринимателей или торговцев, созданное для повышения цен.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Васюхин О.В. Основы ценообразования : учеб. пособие. – Санкт-Петербург : СПбГУ ИТМО, 2010. – 110с. – Электрон. копия доступна на сайте СПБИТМО. Учебные издания. URL: <https://books.ifmo.ru/file/pdf/734.pdf> (дата обращения: 19.10.2020).
3. Гафуров А.М. Цена как экономический регулятор // Инновационная наука. – 2016. – № 6. – С. 63–64. – Электрон. копия доступна на сайте науч. электрон. б-ки КиберЛенинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/tsena-kak-ekonomicheskii-regulyator> (дата обращения: 19.10.2020).
2. Суэтин, А. А. Международные валютно–финансовые отношения [Электронный ресурс] : [учебник] / А. А. Суэтин. – Электрон. дан. – М. : КНОРУС, 2010. – 1 электрон. опт. диск (CD–ROM) : зв., цв. ; 12 см. – (Электронный учебник). – Содерж.: Электронный учебник ; Презентации (анимация, звук) ; Подробные тренировочные тесты ; Контрольные тесты ; Российские примеры ; Словарь терминов ; Персоналии. – Систем. требования: MS Windows ; процессор 500 MHz ; Internet Explorer, FireFox, Opera, Safari ; 64 Мб ОЗУ ; SVGA монитор с поддержкой разрешения 800*600 пикселей ; 16–скоростной CD–ROM ; 40 Мб свободного места на диске. – Диск помещен в контейнер 19*14 см. – 469–00. 730CD,731CD ЭЧЗ–2
3. Магомедов М.Д. Ценообразование[Электронный ресурс] : учеб- ник для бакалавров / М.Д. Магомедов, Е.Ю. Куломзина, И.И. Чай- кина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 248 с. — 978-5-394-02663-8. — Режим доступа:<http://www.iprbookshop.ru/60630.html>
4. Шуляк П.Н. Ценообразование [Электронный ресурс] : учебно- практическое пособие / П.Н. Шуляк. — Электрон. текстовые дан- ные. — М. : Дашков и К, 2016. — 193 с. — 978-5-394-01387-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60548.html>

5. Калашникова, И.А. **Ценообразование и ценовая политика**: Практикум: Учеб. пособие / И. А. Калашникова, Е. В. Солнцева, С. А. Помитов. - Воронеж : ГОУВПО "Воронежский государственный технический университет", 2007. - 118 с. - 23-00. <http://catalog.vorstu.ru/MarcWeb/Sigla.asp?DocId=58603&DbVal=41>

Дополнительная литература

1. Ахматнурова З.С. Роль цены в рыночной экономике / З.С. Ахматнурова, Ф.Н. Салимова // Экономика и социум. – 2017. – № 4 (35). – С. 136–139. – Электрон. копия доступна на междунар. платформе публикаций Readera. URL: <https://readera.org/rol-ceny-v-rynochnoj-jekonomike-140123127> (дата обращения: 19.10.2020).
3. Гафуров А.М. Цена как экономический регулятор // Инновационная наука. – 2016. – № 6. – С. 63–64. – Электрон. копия доступна на сайте науч. электрон. б-ки КиберЛенинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/tsena-kak-ekonomicheskij-regulyator> (дата обращения: 19.10.2020).
4. Демцура С.С. Особенности ценовой конкуренции на рынке // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2020. – Т. 9, № 3 (32). – С. 131–134. – Электрон. копия доступна на сайте журнала. URL: <http://aniue.ru/> (дата обращения: 19.10.2020).
5. Жильцова Э.Л. Цены в условиях рынка. Функции цен // Экономика и социум. – 2014. – № 1 (10). – С. 575–77. – Электрон. копия доступна на междунар. платформе публикаций Readera. URL: <https://readera.org/ceny-v-uslovijah-rynka-funkcii-cen-140106564> (дата обращения: 19.10.2020).
6. Лукьянов В.Д. Основы ценообразования: понятие, виды и роль цены в предпринимательской деятельности / В.Д. Лукьянов, Р.Р. Версоцкий // Экономика и управление народным хозяйством. – 2019. – № 7 (9). – С. 136–143. – Электрон. копия доступна на сайте Науч. электрон. б-ки eLIBRARY.RU. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39278228> (дата обращения: 19.10.2020). – Доступ после регистрации.
7. Лухуташвили Г.Г. Особенности ценообразования в условиях рыночной конкуренции // Вопросы экономики и управления. – 2017. – № 1 (8). – С. 36–39. – Электрон. копия доступна на сайте изд-ва Молодой ученый. URL: <https://moluch.ru/th/5/archive/51/1949/> (дата обращения: 19.10.2020).
8. Раскина Л.Н. Цены: проблемы взаимодействия рынка и государства. Ретроспектива проблемы. Ч. 1 / Л.Н. Раскина, Т.П. Тельнова // Нефтегазовое дело : электрон. науч. журн. – 2017. – № 2. – С. 162–178. – URL: http://ogbus.ru/files/ogbus/issues/2_2017/ogbus_2_2017_p162-178_RaskinaLN_ru.pdf (дата обращения: 19.10.2020).

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

№	Наименование Интернет-ресурса	Ссылка (URL) на Интернет ресурс
1.	Электронно-библиотечная система «Электронный читальный зал»	https://bashedu.bibliotech.ru/Account/LogOn
2.	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online»	http://www.biblioclub.ru/
3.	Электронно-библиотечная система издательства «Лань»	http://e.lanbook.com/
4.	Научная электронная библиотека (eLibrary)	http://elibrary.ru/
5.	База данных «Вестники Московского университета» (на платформе EastView)	http://online.ebiblioteka.ru/
6.	База данных «Издания по общественным и гуманитарным наукам» (на платформе EastView)	http://online.ebiblioteka.ru/
7.	База данных «POLPRED»	http://www.polpred.com/
8.	Электронная база данных диссертаций РГБ	http://www.diss.rsl.ru/
9.	SCOPUS	http://www.scopus.com/
10.	TaylorandFrancis	http://www.tandfonline.com/
11.	Wiley	http://onlinelibrary.wiley.com/

1. База данных периодических изданий на платформе EastView: «Вестники Московского университета», «Издания по общественным и гуманитарным наукам» - <https://dlib.eastview.com/>
2. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://window.edu.ru>
3. Научная электронная библиотека eLibrary.ru - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
4. Справочно-правовая система Консультант Плюс - <http://www.consultant.ru/>
5. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – <https://biblioclub.ru/>
6. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» – <https://elib.bashedu.ru/>
7. Электронная библиотечная система издательства «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
8. Электронный каталог Библиотеки БашГУ – <http://www.bashlib.ru/catalogi>.
9. Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press) - <https://archive.neicon.ru/xmlui/>
10. Издательство «Annual Reviews» - <https://www.annualreviews.org/>
11. Издательство «Taylor&Francis» - <https://www.tandfonline.com/>
12. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
13. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

<p align="center">Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы</p>	<p align="center">Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</p>
<p>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 110 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус)</p> <p>2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221</p>	<p>лаборатория социально-экономического моделирования № 107: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 18 шт.</p> <p>лаборатория анализа данных № 108: учебная мебель, доска, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 17 шт.</p> <p>аудитория № 110: учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p>аудитория № 111: учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p>аудитория № 114: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 115: учебная мебель, колонки (2 шт.), динамики, dvd плеер toshiba, магнитола sonu (4 шт.)</p> <p>(помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p> <p>аудитория № 118: учебная мебель, проектор benq, колонки (2 шт.), музыкальный центр lg, флипчарт магнитно-маркерный на треноге</p> <p>аудитория № 122: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 204:</p>

<p>(гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p>3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p>4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса,</p>	<p>учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p>аудитория № 207: учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p>аудитория № 208: учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p>аудитория № 209: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 210: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 212: учебная мебель, доска, проектор infocus.</p> <p>аудитория № 213: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p>аудитория № 218: учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор infocus.</p> <p>аудитория № 220: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 221: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 222: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 301: учебная мебель, экран на штативе, проектор aser.</p> <p>аудитория № 302: учебная мебель, персональный компьютер в комплекте hp, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблок иги.</p> <p>аудитория № 305</p>
---	---

<p>д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p>5.помещения для самостоятельной работы: аудитория № 302 читальный зал (гуманитарный корпус).</p> <p>6. помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: аудитория № 115(помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), 118 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	<p>учебная мебель, доска, проектор infocus. аудитория № 307 учебная мебель, доска. аудитория № 308 учебная мебель, доска. аудитория № 309 учебная мебель, доска. лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а учебная мебель, доска, персональный компьютер lenovo thinkcentre – 16 шт. лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в учебная мебель, доска, персональный компьютер в комплекте № 1 iru corp 510 – 14 шт. аудитория № 312 учебная мебель, доска.</p>
---	--