

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики, финансов и бизнеса

Кафедра «Общая экономическая теория»

Утверждено:  
на заседании кафедры  
протокол №8 от «25» января 2022 г.  
И.о.зав. кафедрой  
Шарафуллина /Р.Р. Шарафуллина

Согласовано:  
Председатель УМК ИНЭФБ  
Абзалилова / Л.Р. Абзалилова

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Коммерческое ценообразование**

ФТД. Факультативные дисциплины

**программа магистратуры**

Направление подготовки (специальность)

38.04.01 Экономика

Направленность (профиль) подготовки

Экономика фирмы в условиях цифровизации

Квалификация

Магистр

Разработчик (составитель):  
доцент, канд. экон. наук, доцент

Ишмухаметов

Ишмухаметов Н.С.

Для приема 2022 г.

Уфа 2022

Составитель / составители: к.э.н., доцент Ишмухаметов Н.С.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «Общая экономическая теория» протокол от «25» января 2022 г. № 8.

И.о.заведующего кафедрой



/ Шарафуллина Р.Р..

Рабочая программа дисциплины актуализирована на заседании кафедры экономики и регионального развития, протокол от «26» мая 2022 г. № 1.

И.о.заведующего кафедрой



Гришин К.Е.

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 установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций..	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 .....	6
4.1 Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине. ....	6
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине. ....	8
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	20
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины .....	20
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	21
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине .....	24

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

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

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен достичь следующих результатов обучения:

Категория (группа) компетенций <sup>1</sup> (при наличии ОПК)	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
Анализ и оценка данных для составления отчетов и проведения экономических расчетов; разработка инструментария проводимых исследований, анализ их результатов.	ПК-1 способен готовить аналитические материалы для принятия стратегических и тактических решений на уровне фирмы, оценки мероприятий в области экономической политики на основе фундаментально-теоретических и конкретно-экономических знаний	ПК-1.1. Владеет методологией сбора, обработки и оценки информации	<b>Знать:</b> основные принципы и инструменты сбора, анализа и обработки информации для проведения экономических расчетов в области коммерческого ценообразования
			<b>Владеть:</b> навыками анализа и использования основных принципов и инструментов сбора, анализа и обработки информации для проведения экономических расчетов в области коммерческого ценообразования.
		ПК-1.3. Владеет основными методами разработки вариантов решений поставленных экономических задач	<b>Знать:</b> основные особенности государственного регулирования цен в российской экономике, микроэкономические проблемы ценообразования в системе маркетинга, макроэкономические проблемы ценообразования для подготовки соответствующих аналитических материалов.
			<b>Владеть:</b> навыками анализа и интерпретации аналитических материалов для оценки основных особенностей государственного

<sup>1</sup> Указывается только для УК и ОПК (при наличии).

			регулирования цен в российской экономике, микроэкономических проблем ценообразования в системе маркетинга, макроэкономических проблем ценообразования.
		ПК-1.5. Владеет навыками формирования перспективных направлений развития фирмы исходя из имеющейся внешней и внутренней информации	<b>Уметь:</b> анализировать и интерпретировать факторы и особенности ценообразования на различных рынках, факторы качества и полезности в ценообразовании, факторы издержек в ценообразовании.
			<b>Владеть:</b> навыками анализа и интерпретации факторов и особенностей ценообразования на различных рынках, факторов качества и полезности в ценообразовании, факторов издержек в ценообразовании.

## 2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Коммерческое ценообразование» относится к факультативным дисциплинам.

Дисциплина изучается на 1 курсе.

Цель изучения дисциплины «Коммерческое ценообразование» – формирование у слушателей основы теоретических знаний, аналитических навыков, необходимых практических подходов в области коммерческого ценообразования и анализа рыночной конъюнктуры.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Современная экономическая теория», «Продвинутое инструментальные методы экономического анализа», «Инструментарий информационных технологий в экономике и управлении».

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

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

#### 4. Фонд оценочных средств по дисциплине

##### 4.1 Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.

**ПК-1** способность готовить аналитические материалы для принятия стратегических и тактических решений на уровне фирмы, оценки мероприятий в области экономической политики на основе фундаментально-теоретических и конкретно-экономических знаний

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
ПК-1.1. Владеет методологией сбора, обработки и оценки информации	Знать: основные принципы и инструменты сбора, анализа и обработки информации для проведения экономических расчетов в области коммерческого ценообразования	Отсутствие или фрагментарные представления об основных принципах и инструментах сбора, анализа и обработки информации для проведения экономических расчетов в области коммерческого ценообразования	Сформированные представления об основных принципах и инструментах сбора, анализа и обработки информации для проведения экономических расчетов в области коммерческого ценообразования
	Владеть: навыками анализа и использования основных принципов и инструментов сбора, анализа и обработки информации для проведения экономических расчетов в области коммерческого ценообразования.	Отсутствие или фрагментарные владение навыками анализа и использования основных принципов и инструментов сбора, анализа и обработки информации для проведения экономических расчетов в области коммерческого ценообразования	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков анализа и использования основных принципов и инструментов сбора, анализа и обработки информации для проведения экономических расчетов в области коммерческого ценообразования
ПК-1.3. Владеет основными методами разработки вариантов решений поставленных экономических задач	Знать: основные особенности государственного регулирования цен в российской экономике, микроэкономические проблемы ценообразования в системе маркетинга, макроэкономические проблемы ценообразования для	Отсутствие или фрагментарные представления об основных особенностях государственного регулирования цен в российской экономике, микроэкономических проблемах ценообразования в системе маркетинга,	Сформированные представления об основных особенностях государственного регулирования цен в российской экономике, микроэкономических проблемах ценообразования в системе маркетинга, макроэкономических

	подготовки соответствующих аналитических материалов	макроэкономических проблемах ценообразования для подготовки соответствующих аналитических материалов	проблемах ценообразования для подготовки соответствующих аналитических материалов
	Владеть: навыками анализа и интерпретации аналитических материалов для оценки основных особенностей государственного регулирования цен в российской экономике, микроэкономических проблем ценообразования в системе маркетинга, макроэкономических проблем ценообразования	Отсутствие или фрагментарные владение навыками анализа и интерпретации аналитических материалов для оценки основных особенностей государственного регулирования цен в российской экономике, микроэкономических проблем ценообразования в системе маркетинга, макроэкономических проблем ценообразования	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков анализа и интерпретации аналитических материалов для оценки основных особенностей государственного регулирования цен в российской экономике, микроэкономических проблем ценообразования в системе маркетинга, макроэкономических проблем ценообразования
ПК-1.5. Владеет навыками формирования перспективных направлений развития фирмы исходя из имеющейся внешней и внутренней информации	Уметь: анализировать и интерпретировать факторы и особенности ценообразования на различных рынках, факторы качества и полезности в ценообразовании, факторы издержек в ценообразовании	Отсутствие или фрагментарные умения анализировать и интерпретировать факторы и особенности ценообразования на различных рынках, факторы качества и полезности в ценообразовании, факторы издержек в ценообразовании	В целом успешное умение анализировать и интерпретировать факторы и особенности ценообразования на различных рынках, факторы качества и полезности в ценообразовании, факторы издержек в ценообразовании
	Владеть: навыками анализа и интерпретации факторов и особенностей ценообразования на различных рынках, факторов качества и полезности в ценообразовании, факторов издержек в ценообразовании	Отсутствие или фрагментарные владение навыками анализа и интерпретации факторов и особенностей ценообразования на различных рынках, факторов качества и полезности в ценообразовании, факторов издержек в ценообразовании	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков анализа и интерпретации факторов и особенностей ценообразования на различных рынках, факторов качества и полезности в ценообразовании, факторов издержек в ценообразовании

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.**

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ПК-1.1. Владеет методологией сбора, обработки и оценки информации	<b>Знать:</b> основные принципы и инструменты сбора, анализа и обработки информации для проведения экономических расчетов в области коммерческого ценообразования	индивидуальное задание; тест, экзаменационные вопросы
	<b>Владеть:</b> навыками анализа и использования основных принципов и инструментов сбора, анализа и обработки информации для проведения экономических расчетов в области коммерческого ценообразования.	экзаменационные вопросы; контрольная работа
ПК-1.3. Владеет основными методами разработки вариантов решений поставленных экономических задач	<b>Знать:</b> основные особенности государственного регулирования цен в российской экономике, микроэкономические проблемы ценообразования в системе маркетинга, макроэкономические проблемы ценообразования для подготовки соответствующих аналитических материалов.	индивидуальное задание; тест, экзаменационные вопросы
	<b>Владеть:</b> навыками анализа и интерпретации аналитических материалов для оценки основных особенностей государственного регулирования цен в российской экономике, микроэкономических проблем ценообразования в системе маркетинга, макроэкономических проблем ценообразования.	экзаменационные вопросы; контрольная работа
ПК-1.5. Владеет навыками формирования перспективных направлений развития фирмы исходя из имеющейся внешней и внутренней информации	<b>Уметь:</b> анализировать и интерпретировать факторы и особенности ценообразования на различных рынках, факторы качества и полезности в ценообразовании, факторы издержек в ценообразовании.	экзаменационные вопросы; контрольная работа
	<b>Владеть:</b> навыками анализа и интерпретации факторов и особенностей ценообразования на различных рынках, факторов качества и полезности в ценообразовании, факторов издержек в ценообразовании.	экзаменационные вопросы; контрольная работа



## УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Модуль 1. Теоретические основы рыночного ценообразования

Тема 1. Введение в рыночное ценообразование

#### *А) Аналитические вопросы и задания:*

1. Не противоречат ли, на Ваш взгляд, друг другу основные функции рыночной цены? В чем проявляются эти противоречия, каковы их внешние проявления? Например, цена при реализации учетно-измерительной функции приближается к своей затратной (стоимостной) базе, а при реализации функции балансирования спроса и предложения отклоняется от этой базы. Есть ли здесь противоречие между функциями цены? Если да, то каким образом обе функции реализуются на практике, а противоречие – разрешается?
2. Формирование цены находится под воздействием большого числа факторов, поэтому некоторые специалисты считают, что систематизация этих факторов невозможна, вследствие чего объективно не существует постоянных правил ценообразования. Вместе с тем в печати постоянно подчеркивается, что вопросам ценообразования уделяется недопустимо мало внимания. Какая из этих точек зрения является правильной? Как объяснить наличие таких разных точек зрения?
3. Как взаимосвязаны и чем различаются закупочные цены и цены государственных закупок?
4. Хорошо известна зарубежная практика поддержки фермеров с помощью государственных закупочных цен. В России же закупочные цены не обеспечивают необходимой поддержки отечественным сельхозпроизводителям. Следует ли из этого, что в России проводится неправильная политика закупочных цен? Какие задачи должны решаться с помощью закупочных цен?
5. Некоторые экономисты рассматривают изменение ставок косвенных налогов (НДС, акцизов) как финансовый рычаг. Согласно другой точке зрения – это рычаг регулирования цен. Кто прав? Ответ аргументируйте.
6. Полная себестоимость изделия – 56080 руб.  
Норматив рентабельности к себестоимости – 25%.  
Розничная цена изделия – 80000 руб.  
Скидка посреднической организации – 3% к розничной цене. Торговая скидка – 9% к розничной цене.  
Определить: а) оптовую цену предприятия;  
б) отпускную цену посредника;  
в) налог на добавленную стоимость.  
Рассчитать структуру розничной цены.

#### *Б) Подготовить реферат на тему по выбору:*

1. Роль цены в рыночной экономике и ее специфика в условиях переходного периода
2. Функция обеспечения обратной связи «потребитель - производитель» и цена как ее носитель.
3. Затратная и многофакторная концепции ценообразования.
4. Система факторов ценообразования.
5. Состав и структура цены.
6. Административно-командная и рыночная модели ценообразования. Смешанная модель ценообразования.

## Тема 2. Спрос и предложение как факторы рыночного ценообразования

### ***А) Аналитические вопросы и задания:***

1. Ситуация на рынке такова, что при цене в 10 тыс.руб. покупатели готовы купить 40 тыс.штук товара, а продавцы согласны продать 10 тыс.штук, по цене 30 тыс.руб. – соответственно 30 и 20 тыс.штук, по цене 30 тыс.руб. – 20 и 30 тыс.штук, по цене 40 тыс.руб. – 10 и 40 тыс.штук. Постройте кривые спроса и предложения, определите равновесные цену и объем продаж. Если решением местных органов власти будет установлена максимальная цена в 20 тыс.руб., что произойдет на рынке? Если цена будет административно установлена на уровне 35 тыс.руб.?
2. Эластичность спроса по цене – характеристика, меняющаяся на разных участках кривой спроса. Прокомментируйте это утверждение, покажите на примерах, так ли это.
3. В чем заключается экономический смысл коэффициента эластичности? Почему он, как правило, является величиной отрицательной?
4. При высокой эластичности спроса по цене для производителя выгоднее повышать или понижать цену на товар? Ответ поясните.
5. Почему эластичность предложения по цене зависит от рассматриваемого периода?

### ***Б) Подготовить реферат на тему по выбору:***

1. Рыночный спрос и его эластичность.
2. Особенности учета спроса в российской практике ценообразования.
3. Изменение характера эластичности спроса по цене в условиях экономической нестабильности.
4. Перекрестная эластичность спроса по цене.

## Тема 3. Факторы качества и полезности в ценообразовании

### ***А) Аналитические вопросы и задания:***

1. Почему бюджетная линия может быть названа линией цен?
2. В чем отличие воздействия на рыночный спрос эффекта сноба от эффекта присоединения к большинству?
3. Объясните на собственных примерах основное положение теории предельной полезности.
4. В каких случаях целесообразно применения метода удельных показателей, а в каких – баллового метода на основе экспертных оценок значимости параметров изделия для потребителя?

### ***Б) Подготовить реферат на тему по выбору:***

1. Количественный и порядковый подходы к анализу полезности и спроса.
2. Потребительский выбор в условиях риска и неопределенности.
3. Кардиналистская теория и реальность.
4. Реакция потребителя на изменение цен и дохода.
5. Эконометрические методы определения цен как методы отражения потребительских свойств товаров.

## Тема 4. Фактор издержек в ценообразовании

### ***А) Аналитические вопросы и задания:***

1. Проанализируйте динамику средних и предельных издержек и обоснуйте на этом основании необходимость анализа предельных издержек.

Кол-во прод.	Пост. изд.	Перем. изд.	Валовые изд.	Предельные изд.	Средние изд.
0	256	0	256	-	беск.большие
1	256	64	320	64	320
2	256	84	340	20	170
3	256	99	355	15	118
4	256	112	368	13	92
5	256	125	381	13	76
6	256	144	400	19	67
7	256	175	431	31	62
8	256	224	480	49	60
9	256	297	553	73	61
10	256	400	656	103	66

2. На основе анализа данных таблиц А и Б покажите преимущества и целесообразность применения метода «директ-костинг».

**Таблица А**

**Метод простого отражения затрат (калькулирование по полным издержкам)**

	Изделие А	Изделие В	Изделие С
Сырье и материалы	240	165	205
Зарплата осн.произв.рабочих	195	145	140
Прочие прямые затраты	45	35	115
Косвенные затраты	190	310	350
Всего затрат	670	655	810
Прибыль	100	60	70
Рентабельность (к затратам)	15%	9%	8,6%
Цена изделия	770	715	880

**Таблица Б**

**Метод учета затрат по сокращенной номенклатуре («директ-костинг»)**

	Изделие А	Изделие В	Изделие С
Сырье и материалы	240	165	205
Зарплата осн.произв.рабочих	195	145	140
Прочие прямые затраты	45	35	115
Итого сокращенные затраты	480	345	460
Сумма покрытия	290	370	420
Рентабельность (покрытие к сокращенным затратам)	60%	107%	91%
Цена изделия	770	715	880

3. На основе анализа данных таблиц А и В покажите преимущества и целесообразность применения метода «стандарт-кост».

Таблица В

**Метод «стандарт-кост» (калькулирование затрат по нормам с учетом отклонений фактических затрат от нормативных)**

	Изделие А		Изделие В		Изделие С	
	Стандарт	Отклонение	Стандарт	Отклонение	Стандарт	Отклонение
Сырье и материалы	250	+10	150	-15	200	-5
Зарплата осн.произв.рабочих	200	+5	150	+5	130	-10
Прочие прямые затраты	50	+5	50	+15	100	-15
Косвенные затраты	200	+10	300	-10	370	+20
Всего затрат	700	+30	650	-5	800	-10
Прибыль	70	-30	65	+5	80	+10
Цена изделия	770		715		880	

«+» – экономия; «-» перерасход

4. На основе анализа данных таблиц А, Б, В, Г покажите преимущества и целесообразность применения комбинированного метода «стандарт-директкостинг».

Таблица Г

**Комбинированный метод «стандарт-директ-костинг»**

	Изделие А		Изделие В		Изделие С	
	Стандарт	Отклонение	Стандарт	Отклонение	Стандарт	Отклонение
Сырье и материалы	250	+10	150	-15	200	-5
Зарплата осн.произв.рабочих	200	+5	150	+5	130	-10
Прочие прямые затраты	50	+5	50	+15	100	-15
Итого сокращенные затраты	500	+20	350	+5	430	-30
Сумма покрытия	270	-20	365	-5	450	+30
Рентабельность (покрытие к сокр.затратам)	54%		104%		105%	
Цена изделия	770		715		880	

5. Фирма выпускает пять видов продукции. Объем выпуска, цены и переменные затраты по видам продукции А-Д приведены в таблице. Сумма постоянных расходов фирмы составляет 41400 руб. Дайте заключение о целесообразности (прибыльности) выпускаемого ассортимента продукции и рекомендации по его изменению, если это необходимо. Анализ должен быть проведен по методу полной себестоимости (с распределением постоянных затрат пропорционально переменным) и по методу сокращенной себестоимости.

Показатели	Виды продукции				
	А	Б	В	Г	Д
1. Объем выпуска, шт.	300	200	400	250	550
2. Цена реализации, руб.	150	160	115	195	160
3. Переменные расходы на весь выпуск, руб.	30000	24000	36000	40000	77000

**Б) Подготовить реферат на тему по выбору:**

1. Современные методы учета затрат: особенности, преимущества.
2. Бухгалтерские и экономические издержки.
3. Затратные методы ценообразования.
4. Проблема издержек в связи с задачами нахождения критической и оптимальной точек объема производства фирмы.

**Модуль 2. Современные проблемы ценообразования фирмы**

Тема 5. Монопольная цена: современные аспекты

**А) Аналитические вопросы и задания:**

1. В чем отличие в достижении фирмой цели максимизации прибыли в условиях монополии по сравнению с совершенной конкуренцией? Какова главная причина образования монопольной сверхприбыли?
2. Какие выводы Вы можете сделать из сравнительного анализа поведения предприятий в условиях совершенной конкуренции и чистой монополии?
3. Всегда ли, на Ваш взгляд, нужно стремиться к обеспечению конкуренции или иногда желательна наличие монополии?
4. Каким бы Вы предпочли видеть рынок коммунальных услуг (водопровод, канализация, газоснабжение) Вашего города – монопольным, конкурентным или каким-то иным? Попробуйте ответить на этот вопрос с точки зрения мэра.
5. Почему монополист, максимизирующий прибыль, никогда не допустит, чтобы объем производства находился на неэластичной части кривой спроса?
6. В чем существенная особенность естественной монополии? Какими методами государство должно регулировать ее деятельность?
7. В чем смысл затрат на рекламу в условиях монополистической конкуренции?
8. Рассмотрите и проанализируйте две силы, которые толкают олигополистов в противоположные стороны, когда дело касается ценообразования.

**Б) Подготовить реферат на тему по выбору:**

1. Особенности функционирования и государственного регулирования естественных монополий.
2. Сущность, корни и проявления монополизма в отечественной экономике.
3. Опыт государственного антимонопольного регулирования за рубежом.
4. Основные направления антимонопольного регулирования в сфере ценообразования.
5. Важнейшие отличия экономической монополии в условиях рыночного хозяйства от административной монополии отраслевого министерства, приближенной к «идеальной» модели чистой монополии.

Тема 6. Ценообразование в системе маркетинга (ценовая политика и стратегия предприятия)

**А) Аналитические вопросы и задания:**

1. В каких случаях цены являются главным средством достижения целей предприятия?
2. Как изменяется уровень цен и политика цен на различных этапах жизненного цикла товара?
3. Перечислите основные ценовые стратегии и дайте их интерпретацию.
4. Дайте оценку значимости отдельных этапов разработки ценовой политики и ценовой стратегии предприятия.

5. Как часто российские предприятия применяют различные рыночные методы ценообразования? Что является препятствием для их повсеместного применения?
6. Объясните связь таких понятий, как «ценовая политика фирмы» и «ценовая стратегия фирмы».
7. При административно регулируемой экономике продавец не имел возможности определять собственную ценовую стратегию, однако распространено мнение, что и в условиях рыночной экономики многие фирмы несвободны в выборе ценового поведения. Объясните это положение.
8. Каких основных типов ценовых стратегий придерживаются современные российские продавцы?
9. Имеется конкурентный рынок, затраты на котором тесно связаны со степенью освоения производства. Есть четыре фирмы – А, В, С и D, каждая выпускает 2000 ед. продукции, но у фирмы А больше опыта, средние затраты на единицу минимальны и равны 3,75 тыс.руб. Цены на единицу продукции в настоящий момент составляют 5 тыс.руб. Потребители чувствительны к уровню цены и немедленно реагируют на ее изменение. Какую ценовую стратегию стоит выбрать фирме А?
10. Существуют два смежных рынка – X и Y, на каждом по 20 покупателей. Все они согласны приобрести товар по 500 руб. за единицу. Чтобы купить товар на соседнем рынке, понадобится истратить на транспортные расходы не менее 100 руб. Перед фирмой, действующей на рынке X, встает следующая проблема: конкурентный выход на рынок свободен – условия производства таковы, что приемлемая для фирмы цена производства составляет 400 руб. при выпуске 20 т продукции и 300 руб. – при выпуске 40 т продукции с дополнительными затратами в 100 руб. на перевозку товара на соседний рынок. На рынке Y затраты на производство выше. Какую стратегию должна выбрать фирма?

***Б) Подготовить реферат на тему по выбору:***

1. Цели ценовой политики предприятия и факторы, их определяющие.
2. Информация, необходимая фирме для разработки ценовой стратегии.
3. Методы анализа спроса на продукцию фирмы.
4. Методы ценообразования фирмы: чем обусловлен выбор?
5. Тактика ценообразования.

**Тема 7. Государственное регулирование цен. Макроэкономические проблемы цены**

***А) Вопросы:***

1. В каком соотношении государственная политика цен находится с экономической политикой государства?
2. Каковы основные экономические рычаги государственного воздействия на цены? Каковы тенденции в этой сфере в современной российской практике?
3. Какие основные положения по ценам и ценообразованию регулируются Гражданским кодексом?
4. В каких случаях налоговая служба контролирует правильность соблюдения субъектами рынка рыночных цен?
5. Какие способы прямого, административного воздействия применяет государство для поддержания заданных уровней, соотношений, структуры и динамики цен?
6. Перечислите способы косвенного воздействия государства на формирование и поддержание стабильных или заданных уровней цен.
7. Выделите общее и различное в практике регулирования цен стран с рыночными отношениями.

**Б) Подготовить реферат на тему по выбору:**

1. Цели и задачи государственного регулирования цен.
2. Цена и ценообразование в Гражданском Кодексе РФ.
3. Принципы определения цены для целей налогообложения.
4. Формы и методы государственного воздействия на цены.
5. Зарубежный опыт государственного регулирования цен.

**Критерии оценки (в баллах)**

Критерии оценивания	Оценка (по пятибалльной шкале)
Содержание соответствует теме. Владение терминологией. Ответы по докладу отражают хорошее знание темы.	5
Тема раскрыта, но поверхностно. Логика выводов выдержана. Докладчик не дает полного ответа на вопросы к докладу	4
Нарушена логика построения выводов. Использована устаревшая информация. Докладчик не дает ответов на вопросы	3
Тема исследования не соответствует содержанию. Аналитическая работа не выполнена.	2

**Пример заданий для тестового контроля уровня усвоения учебного материала**

1. Пятое съеденное мороженное принесет меньше удовольствия, чем первое. Это пример:
  - а) действия закона спроса
  - б) действия закона предложения
  - в) снижения предельной полезности
  - г) наличия избытка товара
  - д) наличия дефицита товара
2. Предельные издержки – это:
  - а) минимальные издержки, связанные с производством данного вида продукции
  - б) издержки, связанные с производством дополнительной единицы данного вида продукции
  - в) максимальные издержки, которые может позволить себе производитель при существующих рыночных условиях
  - г) недопустимые для производителя издержки
  - д) предел функции издержек при устремлении объема производства к бесконечности
3. В целях максимизации прибыли монополист будет производить:
  - а) меньше, чем при совершенной конкуренции, по более высокой цене
  - б) больше, чем при совершенной конкуренции, по менее высокой цене
  - в) больше товаров по более высокой цене
  - г) столько же, сколько при совершенной конкуренции, по той же цене
  - д) не верен ни один из названных вариантов
4. для достижения оптимального объема производства необходимо выполнение условия:
  - а) фиксирование максимальных цен
  - б) фиксирование минимальных цен
  - в) пересечение кривых совокупного дохода и совокупных издержек
  - г) пересечение кривых предельного дохода и предельных издержек
  - д) не верен ни один из названных вариантов

5. Суть метода ценообразования “средние издержки плюс прибыль”:

- а) установление цены исходя из покупательского восприятия
- б) ориентация на цены конкурентов
- в) начисление определенной наценки на издержки
- г) построение кривых валовых поступлений и валовых издержек

6. Понятия «коммерческая деятельность» и «предпринимательство» соотносятся следующим образом:

- а) коммерческая деятельность — это составная часть предпринимательства
- б) предпринимательство — это составная часть коммерческой деятельности
- в) это единичные по смыслу понятия
- г) эти понятия не связаны друг с другом

7. Коммерческая деятельность по сбыту продукции на предприятиях начинается с:

- а) определения потребности в транспортных средствах для вывоза продукции
- б) координации интересов предприятия-производителя с требованиями рынка
- в) определения цены продукции
- г) поиска оптовых покупателей

8. Устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью совершения продажи – это:

- а) персональная продажа
- б) продвижение продаж
- в) связи с общественностью
- г) прямой маркетинг

9. Количеством товарных групп определяется \_\_\_\_\_ ассортимента.

- а) широта
- б) глубина
- в) масштаб
- г) объем

10. Материально-вещественные ценности (сырье, материалы, детали, комплектующие изделия и др.), предназначенные для производственного потребления, но еще не вступившие в производственный процесс – это запасы предприятия ...

- а) накопительные
- б) производственные
- в) товарные
- г) функциональные

#### **Критерии оценки (в баллах)**

<b>Процент правильных ответов</b>	<b>Оценка (по пятибалльной шкале)</b>
81 - 100 %	5
61 - 80 %	4
50 - 60 %	3
менее 50%	2



## Задания для контрольной работы

### Пример варианта контрольной работы

*Теоретический блок вопросов письменной контрольной работы:*

1. Затратная и многофакторная концепции ценообразования.
2. Государственное регулирование цен. Группировка методов регулирования в зависимости от степени вмешательства государства в ценообразование.

*Практический блок письменной контрольной работы (решение задач):*

Задача 1. На рынке некоторого товара, функционирующего в условиях совершенной конкуренции, при линейных функциях спроса и предложения со стандартным наклоном зависимость объема его дефицита от цены описывается уравнением  $\Delta Q = 80 - 2p$ , а зависимость превышения цены предложения над ценой спроса от объема – уравнением  $\Delta p = 2Q - 120$ . Правительство приняло решение законодательно ограничить уровень цен на 10% ниже установившейся на рынке равновесной цены.

- a) Определите равновесные цену и объем продаж в отсутствие регулирования цен.
- b) Известно, что регулирование цены товара привело к увеличению объема спроса на него на 4 ед. по сравнению с равновесным количеством до государственного вмешательства. Согласны ли вы с утверждением, что установление более низкой цены сделает товар более доступным и потребляемым в больших количествах. Аргументируйте свой ответ.
- c) К каким негативным последствиям может привести возникновение дефицита на рынке данного товара?
- d) Найдите величину потоварной субсидии производителям, при которой исчезнет дефицит на рынке товара при установленной государством цене.

Решение задачи 1 и ответ:

a) В равновесии нет дефицита и поэтому  $\Delta Q = 0$ , поэтому  $p = 40$ ; цена спроса и цена предложения совпадают  $\Delta p = 0$ , поэтому  $Q = 60$ .

b) Новая цена  $40 * 0,9 = 36$ .  $\Delta Q$ , если подставить цену 36, равен 8 (формируется дефицит). Хотя объем спроса стал 64, но объем предложения  $64 - 8 = 56$ . На рынке продается 56 единиц товара, потребители не могут купить товара в таком объеме, сколько желают. Утверждение неверное.

c) Приведем некоторые последствия дефицита. Возникают очереди. Дефицит приводит к проблеме распределения продукта. Товары могут распределяться по «блату» (необходимо иметь связи). Может потребоваться нормирование (рационирование) потребления (талоны, карточки). Дефицитный товар может продаваться с нагрузкой (в комплекте с неликвидным). Может появиться тенденция к формированию «теневого рынка» (параллельного, нелегального). Это приведет к недополучению прибыли добросовестными компаниями и появлению большей прибыли у нелегальных производителей за счет продажи товара по более высоким ценам на нелегальном рынке. Производители не заинтересованы в повышении качества товара и уровня обслуживания (магазины начинают работать поздно и заканчивают рано).

d)  $\Delta p = 2Q - 120 = 2 * 64 - 120 = 8$  (параллельный сдвиг кривой предложения; или разница между ценой предложения и ценой спроса; получив деньги от потребителя, производитель получает дополнительную сумму от правительства).

Задача-кейс 2. Иногда в магазинах общая стоимость товара уменьшается или остается прежней с увеличением его количества. Например, жестяная банка газированной воды объемом 0.33 л стоит немного дороже, чем бутылка того же самого напитка объемом 0.5 л. На первый взгляд, это не согласуется с экономической теорией, которая предполагает неубывающее предложение при увеличении объема производства.

Как можно объяснить данное несоответствие?

Возможные варианты решения и ответов на задачу-кейс 2.

Приведем возможные объяснения установления меньшей цены на товар в большей упаковке.

*Первая группа объяснений:*

1. Эффект скидки. Покупатель, увидев такое выгодное предложение, не сможет пройти мимо него и купит изначально ненужный ему товар.

2. Стоимость производства упаковки. Стоимость упаковки может отличаться, что и приводит к разнице в ценах.

3. Стоимость доставки. Газировку в бутылках может производить более близкий завод, чем тот, что производит ее же в банках, и потому стоимость доставки банок выше, что и отражается в цене.

4. Рекламная кампания для конкретного типа упаковки. Газировка в банке может быть предпочтительнее потребителю, например, из-за того, что в рекламе показывают именно банки, а не бутылки. Более явно это проявляется при выборе между стеклянными бутылками, которые воспринимаются более статусными, и обычными пластиковыми.

5. Одна упаковка может быть удобнее, чем другая. Потребитель может выбрать банку небольшого объема, даже если она дороже, потому что она более удобна, чем бутылка (например, ее удобнее взять с собой в поездку). Поэтому спрос на напиток в банке выше, чем на тот же напиток в бутылке, что и объясняет различие в ценах.

6. Большой объем товара нежелателен для потребителя. Например, объема банки потребителю достаточно для утоления жажды. Купив бутылку большего объема, он будет вынужден носить ее с собой, что неудобно для него. Поэтому, аналогично, спрос на напиток в банках больше.

7. Привлечение новых покупателей с помощью уже существующих. Компания может снизить цены на большие объемы продукции, и тогда потребитель, купивший больше, чем ему нужно, поделится со своими друзьями. Это увеличит будущие продажи напитка.

*Вторая группа объяснений:*

1. Ускорение процесса реализации больших объемов товара. Магазины могут снижать стоимость на большие объемы товара, чтобы их побыстрее купили, и товар не испортился или не занимал место на складе.

2. Производство одного и того же товара разными фирмами. Некоторый товар (в том числе и напитки) может производиться разными фирмами, но по одной и той же технологии. Тогда разница в ценах – результат конкуренции продавцов.

3. Промо акции. Маленькие банки могут участвовать в промо акции компании, в то время как большие бутылки могут не участвовать. Тогда возможность поучаствовать в акции (например, розыгрыше призов) повышает спрос на банки относительно бутылок.

### **Критерии оценки (в баллах)**

Критерии оценивания	Оценка (по пятибалльной шкале)
Контрольная работа выполнена полностью, задания выполнены без ошибок, правильно выбраны решения заданий; правильно выполнены расчёты, обучающийся понимает, что они значат; полно даны ответы на вопросы; оформление аккуратное, сделаны выводы.	5
Контрольная работа выполнена, правильно выбраны методики решения заданий; задания решены с ошибками, полно даны ответы на вопросы; оформление аккуратное, сделаны выводы	4
Контрольная не выполнена полностью, задания выполнены с ошибками, правильно выбраны методики решения заданий; с ошибками выполнены расчёты, не раскрыты основные вопросы	3

Контрольная работа не выполнена, задачи решены с ошибками, неверно выбраны методы решения задач; не выполнены расчёты; не даны ответы на вопросы; оформление небрежное, выводы не сделаны	2
---	---

Критериями оценивания обучающихся на очно-заочной и заочной формах обучения являются оценки, полученные после проверки контрольной работы.

Шкала оценивания:

*допуск к зачету:*

допущен – оценка – 5, 4 или 3.

не допущен – оценка – 2.

В случае, когда обучающийся получил за контрольную работу оценку 2, контрольная работа подлежит возврату для выполнения работы над ошибками.

Обучающиеся допускаются к сдаче зачета при условии успешного выполнения 50% индивидуальных заданий и успешного выполнения теста (более 50% правильных ответов).

Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания обучающихся на очно-заочной форме обучения являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины) (*для зачета*: текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания

*для зачета:*

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),

не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов).

Перед проведением итогового контроля преподаватель вычисляет процент полноты и правильности выполнения индивидуальных заданий, соответствующих проверке сформированности каждой компетенции в ходе учебного семестра.

### **Примеры вопросов для подготовки к зачету (для заочной формы обучения)**

1. Система цен в экономике. Виды цен.
2. Состав и структура цены.
3. Типы ценообразования. Функции цены.
4. Экономическая сущность рыночной цены. Равновесная цена, механизм ее формирования.
5. Рынок производителя и рынок потребителя. Конкуренция продавцов и покупателей, преобладание того или другого в различных экономических ситуациях.
6. Затратная и многофакторная концепции ценообразования.
7. График спроса. Условия сдвига кривой спроса.
8. График предложения. Условия сдвига кривой предложения.
9. Равновесие спроса и предложения. График равновесной цены.
10. Эластичность спроса. Коэффициент эластичности.
11. Влияние характера эластичности спроса на изменение выручки.
12. Факторы, определяющие эластичность спроса.
13. Перекрестная эластичность спроса.
14. Суть и преимущества методов директ-костинг, стандарт-кост по сравнению с методом простого (полного) отражения затрат.
15. Предельные издержки и средние издержки.
16. Предельные издержки и предельный доход. Оптимальная точка объема производства фирмы.
17. Критические точки объема производства фирмы.
18. Постоянные и переменные издержки, прямые и косвенные издержки.

19. Кривая предельных издержек и кривая предложения, их взаимосвязь.
20. Закон убывающей предельной полезности и кривая спроса.
21. Процесс рационального выбора и условие потребительского равновесия.
22. Участники (факторы) процесса ценообразования.
23. Этапы ценообразования фирмы. Определение целей ценообразования.
24. Оценка спроса как этап ценообразования фирмы.
25. Оценка издержек как этап ценообразования фирмы.
26. Выбор метода ценообразования.
27. Установление окончательной цены как этап ценообразования фирмы.
28. Выбор стратегии дальнейшего изменения цены и тактики адаптации ее к условиям рынка.
29. Параметрические методы ценообразования.
30. Монопольная цена, механизм ее формирования.
31. Государственное регулирование цен. Группировка методов регулирования в зависимости от степени вмешательства государства в ценообразование.
32. Ограничение рыночного равновесия и его последствия. Максимальные, минимальные цены.
33. Понятие экономической конъюнктуры. Показатели экономической конъюнктуры.
34. Индекс цен производителей и индекс потребительских цен. Индекс дефлятор ВВП.
35. Средние цены и обобщающий уровень цен.
36. Проблема инфляции и цена.

### **Критерии оценивания**

*обучающихся на заочной форме обучения:*

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если он ответил на все поставленные вопросы;
- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он не ответил на поставленные вопросы.

## **5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

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

#### **Основная литература:**

1. Липсиц, И. В. Ценообразование : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04843-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468453>
2. Лев, М.Ю. Цены и ценообразование : учебник / М.Ю. Лев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юнити, 2015. — 383 с. : табл., схем. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446413>. — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-238-02643-5. — Текст : электронный.
3. Ценообразование : учебник и практикум для вузов / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 437 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04530-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468976>

#### **Дополнительная литература:**

4. Братановский, С.Н. История развития административного ценообразования в России : учебное пособие / С.Н. Братановский, С.Н. Зайкова. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. — 136 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473937>. — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-4475-

- 9322-3. – DOI 10.23681/473937. – Текст : электронный.
5. Левкин, Г.Г. Коммерческая логистика : учебник / Г.Г. Левкин. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 377 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436774>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-7451-2. – DOI 10.23681/436774. – Текст : электронный.
  6. Липсиц, И. В. Ценообразование. Практикум : учебное пособие для вузов / И. В. Липсиц. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02867-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469247>
  7. Николаева, Т. Е. Издержки в ценообразовании : учебное пособие : [16+] / Т. Е. Николаева, Е. И. Громова. – Москва : ФЛИНТА, 2019. – 51 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=603113>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-4221-1. – Текст : электронный.
  8. Шуляк, П. Н. Ценообразование : учебное пособие / П. Н. Шуляк. — 13-е изд. — Москва : Дашков и К, 2016. — 196 с. — ISBN 978-5-394-01387-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93298>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

## **5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

№	Наименование Интернет-ресурса	Ссылка (URL) на Интернет ресурс
1.	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики	<a href="https://rosstat.gov.ru/">https://rosstat.gov.ru/</a>
2.	Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации	<a href="https://ac.gov.ru/">https://ac.gov.ru/</a>
3.	Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» - национальная программа развития цифровой экономики Российской Федерации	<a href="https://digital.ac.gov.ru/">https://digital.ac.gov.ru/</a>
4.	Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации	<a href="https://www.economy.gov.ru/">https://www.economy.gov.ru/</a>
5.	Официальный сайт Министерства экономического развития Республики Башкортостан	<a href="https://economy.bashkortostan.ru/">https://economy.bashkortostan.ru/</a>
6.	Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Башкортостан	<a href="https://bashstat.gks.ru/">https://bashstat.gks.ru/</a>
7.	РБК. РосБизнесКонсалтинг	<a href="https://www.rbc.ru/">https://www.rbc.ru/</a>
8.	Экономика, Социология, Менеджмент – федеральный образовательный портал	<a href="http://ecsocman.hse.ru/">http://ecsocman.hse.ru/</a>
9.	Экономика и жизнь – сайт издания	<a href="https://www.eg-online.ru/">https://www.eg-online.ru/</a>
10.	Ведомости – деловое издание	<a href="https://www.vedomosti.ru/">https://www.vedomosti.ru/</a>
11.	Рейтинговое агентство «Эксперт РА» – рейтинги, исследования, обзоры, конференции	<a href="https://raexpert.ru/">https://raexpert.ru/</a>
12.	РАЭКС Аналитика – рейтинги, исследования, обзоры, конференции	<a href="https://raex-a.ru/">https://raex-a.ru/</a>
13.	Eurostat (Статистическая служба Европейского союза)	<a href="https://ec.europa.eu/eurostat">https://ec.europa.eu/eurostat</a>

14.	The Digital Economy and Society Index (DESI)   Shaping Europe's digital future	<a href="https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi">https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi</a>
-----	--	---

В ходе подготовки к практическим занятиям, а также выполнении заданий для самостоятельной работы обучающиеся могут при необходимости использовать возможности информационно - справочных систем, электронных библиотек и архивов БашГУ:

№	Учебные и научные ресурсы	Характеристика	Доступ	Регистрация	Ссылка на ресурс
<b>Учебные ресурсы</b>					
1.	Электронно-библиотечная система «Электронный читальный зал»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий, которая включает издания преподавателей БашГУ	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	<a href="https://bashedu.bibliotech.ru/Account/Login">https://bashedu.bibliotech.ru/Account/Login</a>
2.	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	<a href="http://www.biblioclub.ru/">http://www.biblioclub.ru/</a>
3.	Электронно-библиотечная система издательства «Лань»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a>
<b>Российские научные ресурсы</b>					
4.	Научная электронная библиотека (eLibrary)	Полнотекстовая и аннотированная БД электронных научных изданий и публикаций в периодических изданиях; доступ к информационно-аналитической системе Science Index	Авторизованный доступ по паролю в сети вуза. Пользование ресурсами открытого доступа с любого компьютера в сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
5.	База данных «Вестники Московского университета» (на платформе East View)	Полнотекстовая БД научных статей, опубликованных в журнале «Вестник МГУ» (25 серий)	Доступ в сети вуза	Без регистрации	<a href="http://online.ebiblioteka.ru/">http://online.ebiblioteka.ru/</a>

6.	База данных «Издания по общественным и гуманитарным наукам» (на платформе East View)	Полнотекстовая БД статей, опубликованных в научных журналах (более 80 названий)	Доступ в сети вуза	Без регистрации	<a href="http://online.ebiblioteka.ru/">http://online.ebiblioteka.ru/</a>
7.	База данных «POLPRED»		Доступ в сети вуза	Без регистрации	<a href="http://www.polpred.com/">http://www.polpred.com/</a>
8.	Электронная база данных диссертаций РГБ	Полнотекстовая БД электронных диссертаций, хранящихся в РГБ	Авторизованный доступ по паролю в сети вуза	Регистрация в Отделе Электронной информации Библиотеки (корпус физмата, к.201)	<a href="http://www.diss.rsl.ru/">http://www.diss.rsl.ru/</a>
<b>Зарубежные научные ресурсы</b>					
9.	SCOPUS	Наукометрическая, библиографическая и реферативная база данных издательской корпорации Elsevier. Язык английский	Доступ в сети вуза	Без регистрации	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a>
10.	Taylor and Francis	Полнотекстовые научные журналы, книги и реферативные журналы. В ресурс включены издания по химии, физике, биологии, наукам о земле, медицине, инженерным и компьютерным наукам, математике, статистике и информатике, а также по экономике и менеджменту, социологии, образованию, праву, филологии, искусствоведению, психологии и т. д. Язык английский	Доступ в сети вуза	Без регистрации	<a href="http://www.tandfonline.com/">http://www.tandfonline.com/</a>
11.	Wiley	Полнотекстовые научные журналы и электронные книги по следующим темам: бизнес, биология, генетика, география, вычислительная	Доступ в сети вуза	Без регистрации	<a href="http://onlinelibrary.wiley.com/">http://onlinelibrary.wiley.com/</a>

	техника, математика, история, литература, образование, право, психология, социология, физика, философия, химия, материаловедение. Язык английский.			
--	--	--	--	--

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

<b>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий</b>	<b>Вид занятий</b>	<b>Наименование оборудования, программного обеспечения</b>
<b>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: №№ 110, 111, 301, 305, 307, 308, 309</b>	Лекции	Учебная мебель, доска, проекционный экран, проектор, персональные компьютеры. 1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные. 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные. 3. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). GNU General Public License Version 3, 29 June 2007
<b>Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: №№107,108, 110, 111, 114, 122, 204, 207, 208, 209, 210, 212, № 213, 218, 220, 221, 222, 301, 305, 307, 308, 309, 311а, 311в, 312 .</b>	Практические/семинарские занятия	Учебная мебель, доска, проекционный экран, проектор, персональные компьютеры. 1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные. 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные. 3. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). GNU General Public License Version 3, 29 June 2007
<b>Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: №№ 107, 108, 110, 111, 114, , 122 , 204, 207, 208, 209, 210, 212, № 213, 218, 220, 221, 222, 301, 305, 307, 308, 309, 311а, 311в, 312.</b>	Групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль и промежуточная аттестация	Учебная мебель, доска, проекционный экран, проектор, персональные компьютеры. 1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные. 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные. 3. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). GNU General Public License Version 3, 29 June 2007



<b>Помещения для самостоятельной работы:</b> 302 читальный зал (гуманитарный корпус).	Самостоятельная работа	Учебная мебель, персональные компьютеры в комплекте НР, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблок iRU.
<b>Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования:</b> 115,118		

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

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины Коммерческое ценообразование

заочная форма обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2/72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	4
практических/ семинарских	6
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	57,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	4

Форма(ы) контроля:  
 Зачет 1 курс

№ 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 (контрольные работы, компьютерные тесты)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Модуль 1. Теоретические основы рыночного ценообразования</b>								
1.	Введение в рыночное ценообразование 1. Роль цены в рыночной экономике и ее специфика в условиях переходного периода 2. Функция обеспечения обратной связи «потребитель - производитель» и цена как ее носитель. 3. Затратная и многофакторная концепции ценообразования. 4. Система факторов ценообразования. 5. Состав и структура цены. 6. Административно-командная и рыночная модели ценообразования. Смешанная модель ценообразования.	1	1		8	Основная – 1-3 Доп. – 4-8	Вопросы для самоконтроля к теме 1	Проверка выполнения индивидуальных заданий
2.	Спрос и предложение: как факторы рыночного ценообразования	0,5	1		8	Основная – 1-3 Доп. – 4-8	Вопросы для самоконтроля к теме 2	Проверка выполнения индивидуальных заданий

	<p>1. Рыночный спрос и его эластичность.</p> <p>2. Особенности учета спроса в российской практике ценообразования.</p> <p>3. Изменение характера эластичности спроса по цене в условиях экономической нестабильности.</p> <p>4. Перекрестная эластичность спроса по цене.</p>							
3.	<p>Факторы качества и полезности в ценообразовании</p> <p>1. Количественный и порядковый подходы к анализу полезности и спроса.</p> <p>2. Потребительский выбор в условиях риска и неопределенности.</p> <p>3. Кардиналистская теория и реальность.</p> <p>4. Реакция потребителя на изменение цен и дохода.</p> <p>5. Эконометрические методы определения цен как методы отражения потребительских свойств товаров.</p>	0,5	1		8	Основная – 1-3 Доп. – 4-8	Вопросы и задания для самоконтроля к теме 3	Проверка выполнения индивидуальных заданий
4.	<p>Фактор издержек в ценообразовании</p> <p>1. Современные методы учета затрат: особенности, преимущества.</p>	0,5	0,5		8	Основная – 1-3 Доп. – 4-8	Вопросы и задания для самоконтроля к теме 4	Проверка выполнения индивидуальных заданий, тест

	<p>2. Бухгалтерские и экономические издержки.</p> <p>3. Затратные методы ценообразования.</p> <p>4. Проблема издержек в связи с задачами нахождения критической и оптимальной точек объема производства фирмы.</p>							
<b>Модуль 2. Современные проблемы ценообразования фирмы</b>								
5.	<p>Монопольная цена: современные аспекты</p> <p>1. Особенности функционирования и государственного регулирования естественных монополий.</p> <p>2. Сущность, корни и проявления монополизма в отечественной экономике.</p> <p>3. Опыт государственного антимонопольного регулирования за рубежом.</p> <p>4. Основные направления антимонопольного регулирования в сфере ценообразования.</p> <p>5. Важнейшие отличия экономической монополии в условиях рыночного хозяйства от административной монополии отраслевого министерства, приближенной к «идеальной» модели чистой монополии.</p>	0,5	1		8	<p>Основная – 1-3</p> <p>Доп. – 4-8</p>	<p>Вопросы для самоконтроля к теме 5</p>	<p>Проверка выполнения индивидуальных заданий</p>

6.	<p>Ценообразование в системе маркетинга</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Цели ценовой политики предприятия и факторы, их определяющие.</li> <li>2. Информация, необходимая фирме для разработки ценовой стратегии.</li> <li>3. Методы анализа спроса на продукцию фирмы.</li> <li>4. Методы ценообразования фирмы: чем обусловлен выбор?</li> <li>5. Тактика ценообразования.</li> </ol>	0,5	1		8	Основная – 1-3 Доп. – 4-8	Вопросы для самоконтроля к теме 5	Проверка выполнения индивидуальных заданий
7.	<p>Государственное регулирование цен. Макроэкономические проблемы цены</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Цели и задачи государственного регулирования цен.</li> <li>2. Цена и ценообразование в Гражданском Кодексе РФ.</li> <li>3. Принципы определения цены для целей налогообложения.</li> <li>4. Формы и методы государственного воздействия на цены.</li> <li>5. Зарубежный опыт государственного регулирования цен.</li> </ol>	0,5	0,5		9,8	Основная – 1-3 Доп. – 4-8	Вопросы для самоконтроля к теме 7	Проверка выполнения индивидуальных заданий, тест Выполнение контрольной работы
<b>Всего часов:</b>		4	6		57,8			

