



*Филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Астраханский государственный технический университет»
в Ташкентской области Республики Узбекистан*

Факультет высшего образования

Кафедра «Общая экология и экономика»

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РАНКЕ ПО ОТРАСЛЯМ

Методические указания

по выполнению практических работ для обучающихся по
направлению 38.04.01 «Экономика» направленность «Экономика и
управление»

Форма обучения

Очная

Ташкентская область, Кибрайский район – 2025

Авторы:

к.э.н., доцент Лунева Т.В. _____

Рецензент:

к.э.н., доцент, Рябова Т.В. _____

Приведены методические указания по подготовке к тестовым заданиям по тематике дисциплины. Определен порядок подготовки по темам практических занятий.

Методические указания по изучению дисциплины «Ценообразование на рынке по отраслям» разработаны на основе рабочей программы дисциплины «Ценообразование на рынке по отраслям» по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика», направленность подготовки: «Экономика и управление». Соответствуют требованиям ФГОС.

Методические указания по выполнению практических работ дисциплины «Ценообразование на рынке по отраслям» утверждены на заседании кафедры «Общая экология и экономика» «21» _02 _2025 г., протокол № 7.

Общие положения

Методические указания по изучению дисциплины «Ценообразование на рынке по отраслям» разработаны на основе рабочей программы дисциплины «Ценообразование на рынке по отраслям» по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика», направленность подготовки: «Экономика и управление».

Настоящие методические указания содержат работы, которые позволят обучающимся на практических занятиях овладеть профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю подготовки, и направлены на формирование следующей компетенции:

- способен проводить экспертизу в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд. (ПК-2).

В результате выполнения практических заданий по дисциплине «Ценообразование на рынке по отраслям» обучающиеся должны:

Знать: основные понятия в области ценообразования; основные принципы, методы, формы, инструменты ценообразования; нормативную базу, обеспечивающую формирование цены в условиях рыночной среды; типовую структуру затрат субъектов отраслевых рынков; модели реализации ценовой политики на различных типах рынков; экономические основы и особенности ценообразования в отраслях; способы ценового регулирования отраслевых рынков; тенденции и направления развития государственной системы регулирования цен.

Уметь: калькулировать себестоимость различных работ (услуг); использовать методы ценообразования; разрабатывать цены на продукцию и услуги в условиях оптимизации затрат на их реализацию; ставить задачи и курировать формирование ценовой политики, внедрение ее форм и методов в деятельность предприятий различных отраслей; прогнозировать эффект от внедрения новых методов ценообразования; проводить анализ тенденций формирования цен с учетом изменений в законодательстве и учитывать его результаты при формировании ценовой политики фирмы.

Владеть навыками: методами и стратегиями установления цены на отраслевых рынках; анализа различных источников информации для проведения экономических расчетов; определения эффективности ценовых методов и стратегий для улучшения деятельности предприятия на рынке по отраслям.

Содержание дисциплины, структурированное в методических указаниях по разделам (темам), соответствует рабочей программе дисциплины «Ценообразование на рынке по отраслям».

Подготовка должна начинаться с изучения представленных в перечне источников по каждой теме и последующим ответом на устные вопросы. Закрепление изученного материала должно осуществляться на основе решения тестов и решения задач (примеры решения типовых задач приводятся в методических указаниях). Это позволит обучающемуся закрепить и расширить знания по учебной дисциплине «Ценообразование на рынке по отраслям», развить навыки системной и аналитической работ, принятия самостоятельных экономических решений, а также, подготовиться к выполнению самостоятельной аудиторной работы и самостоятельной внеаудиторной работы.

Использование данных методических указаний должно способствовать более глубокому усвоению изучаемого учебного материала, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать обучающегося на умение применять теоретические знания на практике.

При выполнении первого задания «ответить на устные вопросы» обучающийся должен руководствоваться следующими требованиями:

- изучить учебную литературу по теме, приведенную в рекомендуемых источниках по каждой теме;
- провести системно - структурированный анализ содержания темы;
- изучить обстоятельную характеристику контрольного вопроса;
- предложить вариант (или варианты) ответов на поставленные вопросы.
- качество ответов обучающихся на вопросы по теме студент может оценить сам, сравнив его с соответствующим ответом в учебной литературе.

При выполнении второго задания «решить тесты» обучающийся должен руководствоваться следующими требованиями:

Тесты составлены с учетом лекционных материалов по каждой теме дисциплины. Для подготовки к тестам необходимо изучить материал по теме дисциплины, необходимо понять логику изложенного материала.

При решении тестов необходимо выполнить следующее:

- Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

• Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья, а затем сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

Если возникают сомнения в правильности ответа необходимо вернуться к рекомендуемым источникам и еще раз внимательно их перечитать.

- Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

• Психологи также советуют думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

• Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

• Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

• Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что обучающийся забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в

правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

Решение теста должно быть представлено в письменной форме.

Контроль количества правильно решенных тестовых заданий оценивается преподавателем на аудиторном занятии по соответствующей теме, заодно преподаватель проверяет степень готовности обучающегося к аудиторной самостоятельной работе в частности к тестированию. Шкала оценки результатов тестирования приведена в рабочей программе.

При выполнении третьего задания «решить задачи различного уровня сложности» обучающийся должен руководствоваться следующими требованиями:

При подготовке к решению задач необходимо повторить соответствующие разделы учебника, учебных пособий по данной теме и конспектов лекций.

- изучить учебную информацию по теме;
- разобрать примеры решения задач;
- решить задачи, предложенные к самостоятельному решению.

Решение задач должно быть представлено в письменной форме.

Контроль количества правильно решенных задач оценивается преподавателем на аудиторном занятии по соответствующей теме, заодно преподаватель проверяет степень готовности обучающегося к аудиторной самостоятельной работе в частности к решению задач. Шкала оценки правильности решения типовых задач по заданной теме приведена в рабочей программе дисциплины.

2. Тематика и задания практической работы

Раздел 1. Теоретические основы ценообразования на отраслевых рынках.

Тема 1. Теоретические основы цены. Эволюция теории цены. Эластичность спроса. Состав, структура и система цен. Классификация цен. Классификация цен в зависимости от государственного воздействия и регулирования.

Эволюция теории цены. Эластичность спроса. Состав, структура и система цен. Классификация цен. Классификация цен в зависимости от обслуживания отдельных отраслей (оптовые цены на продукцию промышленности, цены на строительную продукцию, закупочные цены, тарифы грузового и пассажирского транспорта, цены на бытовые и коммунальные услуги). Классификация цен в зависимости от территории действия (по географическому принципу). Цены единые по стране или поясные, региональные и местные цены, зональные цены. Классификация цен в зависимости от государственного воздействия и регулирования (свободные цены, регулируемые цены (предельные цены, фиксированные цены)). Классификация цен по способу установления фиксации (твердые, подвижные и скользящие цены). Классификация цен по способу получения информации (публикуемые и расчётные). В зависимости от вида рынка (биржевые котировки, цены товарных аукционов и торгов).

Задание 1 – Ответить на устные вопросы.

1. Назовите основные виды цен на пути движения товара от производителя к потребителю.
2. Назовите и охарактеризуйте основные элементы конечной розничной цены.

3. Назовите основные затраты, входящие в себестоимость.
4. Назовите и охарактеризуйте прямые и косвенные налоги в составе цены.
5. Назовите надбавки и основные скидки, применяемые к цене.
6. Дайте определение категории «цена».
7. Назовите задачи и функции цены в рыночных условиях.
8. Охарактеризуйте закон стоимости.
9. Опишите взаимосвязь стоимости и полезности товара.
10. Опишите взаимосвязь закона стоимости и законов спроса и предложения.
11. Определение сущности цены в рамках двух подходов к ее формированию:
рыночного и затратного.

Задание 2 - Решить тесты:

Вариант №1.

1. Какое определение цены наиболее верно применительно к современным условиям хозяйствования:

- а) цена – денежное выражение стоимости товара; б) цена – форма выражения ценности, полезности благ, проявляющаяся в процессе обмена;
- в) цена – количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги;
- г) цена – количество денег (других товаров или услуг, величина процента), за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги.

2. Максимизация массы прибыли – это:

- а) функция цены;
- б) задача государственной ценовой политики;
- в) задача ценовой политики фирмы;
- г) задача ценовой стратегии фирмы.

3. Ценообразование затратным методом может основываться на:

- а) сумме постоянных и переменных затрат;
- б) на предельных затратах;
- в) на общих затратах;
- г) верны все предыдущие ответы.

4. Цена спроса – это:

- а) минимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за данный товар;
- б) максимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за данный товар;
- в) максимальная цена, по которой производители реализуют товар на рынке;
- г) цена, по которой совершается сделка.

5. Цена предложения – это:

- а) максимальная цена, по которой производители согласны предложить на рынке

данное количество товара;

- б) минимальная цена, по которой производитель продает на рынке свои товары;
- в) максимальная цена, по которой покупатели готовы купить у продавца данный

товар;

г) минимальная цена, по которой продавцы согласны предложить на рынке данное количество товара.

6. Равновесная цена – это:

- а) цена выше той, которая создает избыточный спрос;
- б) цена, при которой нет ни дефицита, ни избытка;
- в) все перечисленное выше справедливо;
- г) цена, установленная правительством.

7. Когда «потолки» цен устанавливаются ниже равновесной цены, возникает: а) дефицит;

- б) избыток предложения;
- в) изменение предложения;
- г) изменение объема предложения.

8. Закон предложения утверждает:

- а) существует обратная зависимость между ценой товара и объемом предложения;
- б) существует прямая зависимость между ценой товара и объемом предложения;
- в) в соответствии с этим законом линия предложения всегда вертикальна;
- г) эластичность спроса по цене всегда меньше, чем эластичность предложения по

цене при данном уровне цен.

9. Сущность закона стоимости состоит в том, что товары на рынке должны реализовываться на рынке с учетом:

- а) затрат общественно необходимого труда на производство и реализацию товара;
- б) затрат индивидуального труда товаропроизводителей;
- в) материальных затрат на производство товаров;
- г) трудовых затрат на производство товаров.

10. Рыночный механизм ценообразования обусловлен действием:

- а) закона стоимости;
- б) законов спроса и предложения;
- в) закона предложения;
- г) закона убывающей предельной полезности.

Требования к выполнению данного задания:

На выполнения всего теста дается определенное время: на решение индивидуального теста, состоящего из 10 заданий, отводится 40 мин. Тест считается успешно выполненным в том случае, если он оценивается в 7 и более баллов (по 1 баллу за каждый верный ответ на закрытые задания, максимум 5 баллов за полный ответ на

открытые задания). Тест выполняется на индивидуальных бланках, выдаваемых преподавателем, и сдается ему на проверку **Порядок выполнения задания:**

Тесты составлены с учетом лекционных материалов по каждой теме дисциплины. Для подготовки к тестам необходимо изучить материал по каждой теме дисциплины, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем.

При решении тестов необходимо выполнить следующее

- Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.
- Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока, не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.
- Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.
- Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.
- Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.
- Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность опуск сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.
- Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что обучающийся забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

Форма контроля – количество правильно решенных тестовых заданий.

Требования к оформлению задания: ответы на предложенные тесты выполняются на листе бумаги или на бланке, предложенном преподавателем.

Тесты составлены из следующих форм тестовых заданий:

1. **Закрытые задания с выбором одного правильного ответа** - один вопрос и четыре варианта ответов, из которых необходимо выбрать один.
2. **Закрытые задания с выбором всех правильных ответов**, предлагается несколько вариантов ответа, в числе которых может быть несколько правильных. Необходимо выбрать все правильные ответы.

Задание 3 – Решите задачи:

1. Определите возможное изменение выручки в результате повышения цены на 15 %, если коэффициент эластичности спроса по цене данного товара равен 2,5.

2. Цена на проезд в маршрутном такси возросла с 14 руб. до 16 руб. В результате этого спрос на данный вид транспорта снизился с 56 чел. до 54 чел. Рассчитать коэффициент эластичности, сделать вывод.

3. Цена на товар снизилась на 5 %, спрос увеличился за календарный период с 3000 штук до 3150 штук. Определить коэффициент эластичности. Сделать вывод.

4. Две подруги зашли в кафе и заказали мороженое, не глядя на цену. Первая попросила два шарика мороженого, а вторая на 50 руб. Оцените для каждой подруги эластичность спроса по цене.

Раздел 2. Ценообразование на различных типах рынков.

Механизм ценообразования. Нормативно - правовое регулирование ценообразования в РФ.

Задание 1 – ответить на устные вопросы.

1. Чем обусловлена взаимосвязь ценообразования на потребительских и ресурсных рынках?

2. Установите связь между ограниченностью ресурсов и ценой на них.

3. Чем вызвана динамика оптовых и розничных цен на продовольственные и сельскохозяйственные продукты в Российской Федерации?

4. Факторы формирования цены в топливно-энергетическом комплексе при наличии антимонопольного регулирования цен.

5. Специфика ценообразования на убыточные товары.

6. Чем обусловлено установление цены на рынке ссудных капиталов?

7. Определение стоимости и нормативной цены земли – чем обусловлена разница в цене?

8. Определение рыночной стоимости земельного участка. Какие методы оценки рыночной стоимости земли могут быть применены?

Задание 2 – решить тесты:

Вариант 1

1. Согласно трудовой теории стоимости основной сферой формирования стоимости и цены товара выступает сфера:

- а) индивидуального производства;
- б) обращения;
- в) потребления;
- г) обмена;
- д) общественного производства.

2. Закон стоимости согласно марксистской концепции означает, что цены товаров определяются:

- а) уровнем полезности товара;
- б) спросом на блага;
- в) редкостью благ;
- г) индивидуальными затратами труда товаропроизводителей;
- д) общественно-необходимыми затратами труда производителей.

3. Маржиналистская теория ценообразования исходит из того, что рыночные цены формируются на основе:

- а) индивидуальных затрат производителей на конкретный товар;
- б) предельной полезности благ, оцениваемой потребителями;
- в) степени редкости благ;
- г) усредненного уровня затрат;
- д) общей полезности благ.

4. Под ценностью товара маржинальная теория (теория предельной полезности) понимает:

- а) денежное выражение затрат на производство товара;
- б) субъективно оцениваемую степень полезности блага для конкретного потребителя;
- в) договор продавца и покупателя о цене;
- г) объективные показатели качества товара.

5. Неоклассическая концепция ценообразования придерживается положений:

- а) цены на рынке формируются как под влиянием спроса, так и предложения;
- б) спрос определяет уровень цен;
- в) цены формируются только условиями производства;
- г) действует цена равновесия.

6. Ценой равновесия называю цену товара, при которой:

- а) производитель получает максимум прибыли;
- б) покупатели готовы купить максимум продукции;
- в) у предложения есть стимулы расширяться;
- г) объем спроса равен объему предложения.

7. Спрос и предложение в неоклассическом учении являются:

- а) факторами, корректирующими цену товара по отношению к его стоимости;
- б) факторами, непосредственно формирующими цену равновесия;
- в) исключительно объективными факторами ценообразования;
- г) факторами ценообразования, содержащими объективный и субъективный компоненты.

8. Нижнюю возможную границу рыночной цены определяют:

- а) платежеспособный спрос покупателя;
- б) переменные издержки;
- в) уровень планируемой прибыли;
- г) полные издержки производства и обращения товара.

9. Особенности ценообразования в условиях рынка чистой монополии заключаются в том, что:

- а) фирмы являются ценодателями (ценоискателями);
- б) фирмы являются ценополучателями;

в) существуют возможности диктата цены потребителям, ограниченные кривой спроса;

г) отсутствует необходимость государственного контроля над ценами.

10. Особенности ценообразования в условиях рынка олигополии заключаются в том, что:

а) фирмы стремятся к ценовой конкуренции;

б) как правило, проводится политика идентификации цен с конкурентами;

в) государство противодействует политике сговора в ценах;

г) устанавливаемые олигополистами цены не зависят от спроса.

Вариант 2

1. Особенности ценообразования в условиях рынка совершенной конкуренции заключаются в том, что:

а) фирмы являются ценодателями (ценоискателями);

б) фирмы являются ценополучателями;

в) существуют возможности диктата цен потребителям;

г) возможна ценовая конкуренция со стороны фирм с относительно низкими издержками.

2. Особенности ценообразования в условиях рынка монополистической конкуренции заключаются в том, что:

а) устанавливается единая равновесная цена для всего рынка;

б) наблюдается дифференциация цен в зависимости от реального качества товара;

в) наблюдается дифференциация цен в зависимости от степени рыночной власти на выпуск определенных брендов, марок, моделей;

г) существует объективная необходимость регулирования всех цен государством;

д) широко используется ценовая конкуренция фирм.

3. К внутренним факторам ценообразования в фирмах относятся:

а) уровень полных затрат;

б) характер налогообложения;

в) выбранная маркетинговая стратегия;

г) формы государственного контроля и регулирования цен.

4. К внешним факторам ценообразования в фирмах относятся:

а) уровень полных затрат;

б) характер налогообложения;

в) выбранная маркетинговая стратегия;

г) состояние спроса на продукцию;

д) ценовая политика конкурентов.

5. Цена спроса – это:

а) минимальная цена, которую покупатель согласен заплатить;

б) цена, по которой совершается сделка;

в) максимальная цена за товар, которую потребители готовы заплатить;

г) минимальная цена на которую рассчитывают производители.

6. Цена предложения – это:

- а) минимальная цена, которую покупатель согласен заплатить;
- б) реальная цена, по которой совершается сделка;
- в) максимальная цена за товар, которую потребители готовы заплатить;
- г) минимальная цена, на которую рассчитывают производители.

7. Цены, на которые государство пытается воздействовать с помощью регламентирования рентабельности, можно назвать:

- а) свободные;
- б) твердые;
- в) регулируемые;
- г) цены производителя.

8. Цены, формируемые на основе соотношения спроса и предложения можно назвать:

- а) свободные;
- б) твердые;
- в) регулируемые;
- г) цены-потребителя.

9. Цены, по которым государство закупает продукцию у фермеров, можно назвать: а) свободные;

- б) твердые;
- в) регулируемые;
- г) цены потребителя;
- д) закупочные.

10. Цены, утверждаемые государством по услугам ЖКХ, можно назвать:

- а) свободные;
- б) тариф;
- в) регулируемые;
- г) цены потребителя;
- д) биржевые.

Требования к выполнению данного задания:

На выполнения всего теста дается определенное время: на решение индивидуального теста, состоящего из 10 заданий, отводится 40 мин. Тест считается успешно выполненным в том случае, если он оценивается в 7 и более баллов (по 1 баллу за каждый верный ответ на закрытые задания, максимум 5 баллов за полный ответ на открытые задания). Тест выполняется на индивидуальных бланках, выдаваемых преподавателем, и сдается ему на проверку.

Порядок выполнения задания:

Тесты составлены с учетом лекционных материалов по каждой теме дисциплины. Для подготовки к тестам необходимо изучить материал по каждой теме дисциплины,

необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем.

При решении тестов необходимо выполнить следующее

- Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.
- Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока, не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.
- Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.
- Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.
- Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.
- Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.
- Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что обучающийся забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

Форма контроля – количество правильно решенных тестовых заданий.

Требования к оформлению задания: ответы на предложенные тесты выполняются на листе бумаги или на бланке, предложенном преподавателем.

Тесты составлены из следующих форм тестовых заданий:

1. **Закрытые задания с выбором одного правильного ответа** - один вопрос и четыре варианта ответов, из которых необходимо выбрать один.
2. **Закрытые задания с выбором всех правильных ответов**, предлагается несколько вариантов ответа, в числе которых может быть несколько правильных. Необходимо выбрать все правильные ответы.

Задание 3 – решите задачи:

1. Для определенной группы металлообрабатывающих станков разработаны шкалы балловых оценок основных параметров. Один из видов этих станков принят за базовый. Его цена 120 тыс. руб. Экспертная оценка параметров базового станка — 42 балла, нового — 50. Определите цену нового станка.

2. Методом удельного ценообразования определите верхнюю границу цепи нового снегохода *Yamaha*, предназначенного для туризма, с объемом двигателя 650 см³. Исходные данные приведены в таблице.

Модель	Объем двигателя, см ³	Цена, долл. США	Удельная цена
<i>Yamaha</i> IT500XL	480	8700	
<i>Yamaha</i> VT600	600	10 000	
<i>Yamaha</i> IT 700	700	11 200	

3. Известно, что в текущем периоде доля затрат на электроэнергию в цене машиностроительной продукции — 22%, доля затрат на оплату труда — 27%. В прогнозном периоде ожидается повышение тарифов на электроэнергию на 15%, ставки заработной платы вырастут на 10%. На сколько процентов вырастет цена машиностроительной продукции?

4. Фирма на условиях скользящих цен получила заказ на поставку оборудования. Дата получения заказа — январь 2016 г., срок поставки — декабрь 2017 г. Предложенные поставщиком условия скользящего определения определяют следующую раскладку цены на составляющие: стоимость материалов — 50%, стоимость рабочей силы — 20, неизменная часть цены — 30%.

Предполагается, что за 2016—2017 гг. цены на материалы вырастут на 18%, а ставки номинальной заработной платы повысятся в машиностроении на 20%. Приняв базисную цену за 100 усл. ед., определите по формуле скользящего процента повышения цены.

5. Предприятие изготавливает настольно-сверлильные станки и реализует их по цене 80 тыс. руб./шт. При этом удельные переменные затраты на единицу продукции составляют 30 тыс. руб., сумма ежемесячных постоянных затрат — 115 тыс. руб. При каком объеме выпуска предприятие достигнет точки безубыточности?

6. Используя метод балловой оценки, определите оптовую цену электродвигателя А. Для расчета стоимости одного балла принят электродвигатель Б с оптовой ценой 300 тыс. руб. Имеется оценка в баллах параметров электродвигателей Л и Б:

Изделие	Параметры					Всего баллов
	I	II	III	IV	V	
Л	85	23	8		10	
				12		138
Б	105		10		20	
		28		15		178

7. Методом удельных показателей определите оптовую цену микроволновой печи мощностью 1200 кВт ч, если известно, что оптовая цена микроволновой печи мощностью 1000 кВт ч — 8000 руб.

8. Предприятие по производству электрооборудования решает вопрос, производить ли самим на имеющемся оборудовании 300 тыс. шт. комплектующих деталей или покупать их на стороне по цене 0,35 руб./шт. Если будет решено изготавливать детали самостоятельно, то себестоимость производства составит 0,5 руб.:

прямые затраты на весь объем производства деталей — 50 тыс. руб.; прямая заработная плата — 25 тыс. руб.; переменные накладные расходы — 20 тыс. руб.;

постоянные расходы — 55 тыс. руб.; итого, суммарная производственная себестоимость — 150 тыс. руб.; производственная себестоимость единицы изделия — 0,5 руб.

Приобретая деталь на стороне, предприятие сможет избежать переменных издержек в сумме 80 тыс. руб. и снизить постоянные расходы на 15 тыс. руб.

Проанализируйте ситуацию и выберите наиболее выгодный для предприятия вариант решения:

- а) изготавливать детали самостоятельно;
- б) приобретать детали на стороне и использовать собственное высвободившееся оборудование для производства других изделий, могущих принести прибыль в сумме 20 тыс. руб.

Раздел 3. Методология ценообразования

Методы ценообразования. Методы ценообразования, основанные на издержках производства. Методы ценообразования, учитывающие качество и потребительские свойства продукцию. Методы ценообразования, учитывающие спрос и уровень конкуренции. Нормативно-параметрические методы ценообразования. Методы ценообразования, ориентированные на спрос. Методы ценообразования, учитывающие цены конкурентов. Тендерное ценообразование (метод «запечатанного конверта»). **Задание 1 – Ответить на устные вопросы.**

1. Охарактеризуйте затратные методы ценообразования, назовите основные достоинства и недостатки.
2. Охарактеризуйте параметрические методы ценообразования, назовите основные достоинства и недостатки.
3. Охарактеризуйте рыночные методы ценообразования, назовите основные достоинства и недостатки.
4. Назовите основные цели организации, исходя из которых, впоследствии разрабатывается политика организаций.
5. Назовите основные факторы, влияющие на выбор и разработку ценовых стратегий для организаций.
6. Назовите основные типы стратегий, применяемых в коммерческой практике российских организаций.
7. Охарактеризуйте этапы разработки ценовых стратегий.

Задание 2 – решить тесты:

Вариант 1

1. Является ли структура себестоимости продукции одинаковой для предприятий всех отраслей промышленности:

- а) да;
- б) нет.

2. Структура затрат на производство продукции – это:

- а) состав затрат и доля каждого элемента в их общем объеме;
- б) затраты по всем составляющим элементам процесса изготовления продукции;

3. Калькуляция себестоимости составляется:

- а) по экономическим элементам затрат;
- б) по статьям затрат.

4. Какие расходы надо добавить к производственной себестоимости, чтобы получить полную:

- а) внепроизводственные;
- б) общеправленческие;
- в) прочие.

5. Валовые издержки это:

- а) затраты на производство и реализацию продукции;
- б) издержки производства и издержки обращения;
- в) а и б.

6. Нормативный метод учета затрат и калькулирования себестоимости продукции применяется на предприятиях:

- а) массового и серийного производства;
- б) индивидуального и мелкосерийного производства;
- в) непрерывного производства.

7. К методам калькулирования себестоимости отдельных видов продукции относятся:

- а) опытный;
- б) расчетно-аналитический;
- в) позаказный;
- г) нормативный;
- д) поперечный;
- е) сводный.

8. Показателем эффективности затрат (себестоимости) является:

- а) отношение прибыли к себестоимости;
- б) отношение себестоимости всей товарной продукции на весь объем этой продукции в рублях;
- в) отношение объема товарной продукции к ее себестоимости.

9. Переменные издержки включают в себя:

- а) сырье и материалы;
- б) заработную плату;
- в) расходы на эксплуатацию и содержание оборудования;
- г) транспортные расходы.

10. Составление сметы затрат необходимо для определения:

- а) себестоимости единицы продукции;
- б) определение общей суммы затрат предприятия.

Вариант 2

1. Цена - это:

- а) денежное выражение стоимости продукции;
- б) денежный эквивалент товара;
- в) себестоимость плюс прибыль;

2. Закупочная цена товара 48 руб., а его продажная цена – 60 руб.

Определить торговую надбавку в % к цене:

- а) 20 %;
- б) 25 %;
- в) 30 %.

3. В процентах к чему устанавливается торговая надбавка

- а) к оптовой цене товара;
- б) к розничной цене товара;
- в) к издержкам обращения;
- г) к прибыли?

4. Основными целями ценовой политики являются

- а) обеспечение выживаемости;
- б) стимулирование роста объема продаж;
- в) максимизация прибыли;
- г) удержание рынка.

5. Метод формирования цены на основе всех затрат, которые вне зависимости от их происхождения списывается на единицу того или иного изделия является:

- а) метод полных издержек;
- б) метод стандартных издержек;
- в) метод прямых издержек.

6. Назовите виды себестоимости в сельском хозяйстве:

- а) производственная;
- б) техническая;
- в) полная (коммерческая);

г) фактическая.

7. В себестоимость продукции включаются...

а) затраты, выраженные в денежной форме на производство и реализацию продукции;

б) расходы на покупку топлива;

в) расходы на покупку новой техники.

8. Материальные затраты включают...

а) затраты на оплату труда;

б) затраты на корма, минеральные удобрения;

в) отчисления на социальные нужды.

9. Затраты, образующие себестоимость продукции растениеводства, группируются по следующим статьям затрат:

а) семена и посадочный материал;

б) оплата труда;

в) затраты по обслуживанию производства;

г) прочие.

10. На снижение себестоимости сельскохозяйственной продукции влияет...

а) экономия материальных ресурсов;

б) улучшение организации производства;

в) увеличение стоимости кормов.

Требования к выполнению данного задания:

На выполнения всего теста дается определенное время: на решение индивидуального теста, состоящего из 10 заданий, отводится 40 мин. Тест считается успешно выполненным в том случае, если он оценивается в 7 и более баллов (по 1 баллу за каждый верный ответ на закрытые задания, максимум 5 баллов за полный ответ на открытые задания). Тест выполняется на индивидуальных бланках, выдаваемых преподавателем, и сдается ему на проверку **Порядок выполнения задания:**

Тесты составлены с учетом лекционных материалов по каждой теме дисциплины. Для подготовки к тестам необходимо изучить материал по каждой теме дисциплины, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем.

При решении тестов необходимо выполнить следующее

- Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.
- Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока, не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.
- Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих

тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

- Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.
- Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.
- Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.
- Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что обучающийся забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

Форма контроля – количество правильно решенных тестовых заданий.

Требования к оформлению задания: ответы на предложенные тесты выполняются на листе бумаги или на бланке, предложенном преподавателем.

Тесты составлены из следующих форм тестовых заданий:

1. **Закрытые задания с выбором одного правильного ответа** - один вопрос и четыре варианта ответов, из которых необходимо выбрать один.
2. **Закрытые задания с выбором всех правильных ответов**, предлагается несколько вариантов ответа, в числе которых может быть несколько правильных. Необходимо выбрать все правильные ответы.

Задание 3 – решите задачи:

1. Какие параметры вы рекомендуете проанализировать для определения цены бальным методом на следующие виды товаров: телевизоры, принтеры, образовательные услуги, медицинские услуги. На основе разработанных данных определить цены бальным методом на предложенные товары.
2. Рассчитайте цену на новый электродвигатель, мощность которого составляет 30 кВт, если в качестве базового используется электродвигатель мощностью 20 кВт по цене 3 000 руб., остальные параметры неизвестны.
3. Определить верхний уровень цены на кухонную электрическую плиту бальным методом, если цена базовой плиты 8 950 руб., бальная оценка основных параметров базового и нового изделий приведена в таблице.

	Оценка параметров, баллов					
	Количество потребляемой электроэнергии	Разнообразие функций	Дизайн	Срок службы	Безопасность	Мощность
Базовая	75	50	40	60	45	40

Новая	80	70	55	60	52	50
Коэффициент весомости	0,3	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1

4. На основе исходных данных определить, что выгоднее для предприятия – производство фасованного молока, кефира или сметаны.

Калькуляция затрат на производство молочной продукции

Статьи затрат	Затраты на 1 т. продукции, руб.		
	Молоко фасованное 2,5%	Кефир фасованный 2,5%	Сметана весовая 15%
Сырье и основные материалы	2132	2308	11040
Транспортные расходы	204	204	1236
Вспомогательные материалы	740	788	60
Топливо и энергия на технологические цели	266	288	1250
З/п производственных рабочих с начислениями	50	58	34
РСЭО	320	426	1202
Итого переменные затраты:			
Цеховые расходы	110	90	100
Общезаводские расходы	380	454	476
Итого полная себестоимость:			
Рыночная цена в розничной торговле	10000	11000	26000
Снабженческо-сбытовая надбавка, в % к отпускной цене	25	25	25
Торговая надбавка, в % к цене закупки	15	15	15
Прибыль производителя по полным затратам			
Прибыль производителя по сокращенным затратам			
Рентабельность по полным затратам, %			
Рентабельность по сокращенным затратам, %			

Раздел 4. Политика регулирования цен на отраслевых рынках.

Политика ценообразования, ее содержание. Каскад цен: правильная цена для большей прибыли. Ценовая политика. Сущность и задачи политики цен, осуществляемой государством. Принципы ценообразования: научная обоснованность цен; принцип целевой

направленности цен; принцип непрерывности процесса ценообразования; принцип единства и контроля за соблюдением цен.

Содержание понятий ценовой политики организации. Основные этапы процесса ценообразования: изучение рынка; определение целей ценовой политики; определение спроса; анализ и оценка издержек; анализ предложения и цен конкурентов; выбор метода ценообразования; установление окончательной цены. **Задание 1 – Ответить на устные вопросы.**

1. Какие можете выделить принципы ценообразования?
2. От чего будет зависеть состав и структура цен?
3. Факторы формирования ценовой стратегии?
4. В чем заключается зависимость цены и качества товара?
5. Этапы формирования цен, их влияние на розничную цену.
6. Основные этапы выбора ценовой политики в отношении промышленной продукции.
7. Перспективы реализации маркетинговой политики посредством изменения цены на товар.

Задание 2 – решить тесты:

Вариант 1

1. На рынке свободной конкуренции организация придерживается:
 - а) адаптивной политики цен
 - б) маркетингового ценообразования
 - в) политики доминирующего лидерства
 - г) политики приспособления к ведущим конкурентам
2. Олигополия — это такая рыночная структура, при которой:
 - а) в отрасли незначительное количество производителей, которые могут согласовать свои действия
 - б) в отрасли один производитель и несколько покупателей, товар однороден
 - в) товар однороден, входные барьеры отсутствуют, имеется один продавец и много покупателей
 - г) товар однороден, имеется много продавцов и один покупатель
3. Под монополистической конкуренцией понимают такую структуру рынка, при которой:
 - а) взаимодополняемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей
 - б) взаимодополняемые товары производятся небольшим числом независимых друг от друга производителей
 - в) взаимозаменяемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей
 - г) все товары производятся в условиях конкуренции
4. Расчетная цена участника внешнеторговой сделки — это ...
 - а) нижний порог цены для участника сделки
 - б) цена другой сходной сделки на сходный товар

- в) цена, оглашенная в справочных каталогах и рекламных проспектах
- г) цена, по которой участник сделки желал бы продать (купить) товар

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

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

6. Регулирование цен на продукцию монополистов может осуществляться в форме применения ... цен.

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

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

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

8. Регулируемая система цен в основном применяется ...

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

9. Регулируемые цены отличаются от свободных цен по ...

- а) абсолютным показателям
- б) конъюнктуре мирового рынка
- в) натуральным показателям
- г) степени и характеру вмешательства государства в ценообразование

10. Сезонность может привести на рынке к ...

- а) колебаниям розничных цен
- б) стабильности розничных цен
- в) шокам предложения
- г) шокам спроса

Вариант 2

1. Спрос можно считать неэластичным, если:

- а) при изменении цены спрос не изменится

- б) при несущественном снижении цены спрос увеличится значительно
- в) при постоянной цене изменяется спрос
- г) при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно

2. Цена спроса – это ...

- 3. максимальная цена за товар
- 4. минимальная цена, которую покупатель согласен заплатить
- 5. средняя цена за товар
- 6. цена, по которой совершается сделка

3. 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
- г) нет верного ответа

4. Ценовые стратегии разрабатываются ...

- а) при изменении цены своего товара конкурентом
- б) при несоответствии цены на товар спросу
- в) при соответствии спроса и предложения
- г) при установлении цены на новый товар
- д) с целью стабилизации рынка

5. Цены биржевых операций называются ...

- а) котировки
- б) лимиты
- в) оферты
- г) тарифы

6. Цены по характеру обслуживаемого оборота:

- а) закупочные
- б) мировые
- в) монопольные
- г) оптовые
- д) престижные
- е) региональные
- ж) регулируемые
- з) розничные

7. Цены, используемые ТНК во внутрифирменных расчетах

- а) закупочные
- б) оптовые
- в) розничные

г) трансфертные

8. Через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Цена здесь выполняет:

- а) информационную функцию
- б) распределительную функцию
- в) стимулирующую функцию
- г) функцию сбалансирования спроса и предложения

9. Эластичность спроса по цене – это ...

- а) отношение процентного изменения спроса к процентному изменению предложения товара
- б) отношение процентного изменения спроса к процентному изменению цены
- в) отношение процентного изменения цены к процентному изменению предложения товара
- г) отношение процентного изменения цены к процентному изменению спроса

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

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

Требования к выполнению данного задания:

На выполнения всего теста дается определенное время: на решение индивидуального теста, состоящего из 10 заданий, отводится 40 мин. Тест считается успешно выполненным в том случае, если он оценивается в 7 и более баллов (по 1 баллу за каждый верный ответ на закрытые задания, максимум 5 баллов за полный ответ на открытые задания). Тест выполняется на индивидуальных бланках, выдаваемых преподавателем, и сдается ему на проверку

Порядок выполнения задания:

Тесты составлены с учетом лекционных материалов по каждой теме дисциплины. Для подготовки к тестам необходимо изучить материал по каждой теме дисциплины, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем.

При решении тестов необходимо выполнить следующее

- Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.
- Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока, не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.
- Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих

тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

- Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.
- Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.
- Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.
- Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что обучающийся забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

Форма контроля – количество правильно решенных тестовых заданий.

Требования к оформлению задания: ответы на предложенные тесты выполняются на листе бумаги или на бланке, предложенном преподавателем.

Тесты составлены из следующих форм тестовых заданий:

1. Закрытые задания с выбором одного правильного ответа - один вопрос и четыре варианта ответов, из которых необходимо выбрать один.
2. Закрытые задания с выбором всех правильных ответов, предлагается несколько вариантов ответа, в числе которых может быть несколько правильных. Необходимо выбрать все правильные ответы.

Раздел 5. Стратегия ценообразования.

Стратегия ценообразования. Последовательность процедуры выбора стратегии ценообразования: маркетинговые исследования исходной информации; диагностика рынка; стратегический анализ (финансовый, сегментарный, конкурентный); выбор типа ценовой стратегии. Классификация основных видов ценовых стратегий: в зависимости от уровня цен; в зависимости от дифференциации рынков, сегментов и покупателей; в зависимости от агрессивности ценовой политики. Классическая типология ценовых стратегий. Содержание и варианты стратегии премиального ценообразования. Содержание и условия реализации стратегии ценового прорыва. Сущность стратегии нейтрального ценообразования.

Стратегии дифференцированного ценообразования. Стратегии конкурентного ценообразования. Стратегии ассортиментного ценообразования. Стратегия EDLP. Тактика ценообразования.

Задание 1. – устно ответьте на вопросы:

1. Как вы считаете, почему разработка самостоятельной ценовой стратегии должна являться постоянно воспроизводимым процессом в фирме?
2. Каковы возможные цели маркетинга фирмы, и как они должны отражаться на разработке ее ценовой стратегии?

3. Каковы этапы разработки ценовой стратегии?
4. Какую информацию необходимо собрать для разработки эффективной стратегии?
5. В чем роль финансового, сегментного анализа, а также анализа конкурентов для выбора той или иной стратегии?
6. Объясните критерий выделения основных ценовых стратегий.
7. Охарактеризуйте сегмент потребителей, для которого фирмы устанавливают стратегию «снятия сливок».
8. Охарактеризуйте механизм ступенчатого ценообразования «снятия сливок». Какова цель данной стратегии?
9. Какова роль предельных издержек в выборе стратегии ценообразования?
10. Объясните, почему степень информированности потребителей на стадии проникновения товара о его качестве столь важна?
11. Почему на стадии проникновения товара на рынок нельзя устанавливать в ценовую стратегию проникновения?
12. Какие варианты стратегий существуют на стадии роста продукта? Какие рыночные условия должны сложиться для их реализации?
13. Перечислите пути повышения конкурентоспособности фирм в фазе зрелости продукта?
14. Почему в данной фазе цена теряет стратегический вес?
15. Какие основные стратегии применяются на стадии спада продукта?

Задание 2 – решить тесты:

Вариант 1

1. Критерием выделения основных ценовых стратегий является:
 - а) связь между ценой и экономической ценностью товара с точки зрения рынка, состоящего из массы покупателей с низкими доходами,
 - б) связь между ценой и экономической ценностью товара с точки зрения рынка, состоящего из массы покупателей с высокими доходами,
 - в) связь между ценой и экономической ценностью товара с точки зрения «среднего рынка», состоящего из основной массы покупателей.
2. Высокие цены в выделении основных ценовых стратегий:
 - а) могут быть как выше, так и ниже цен на рынке,
 - б) обязательно выше, чем другие цены на рынке,
 - в) обязательно ниже, чем другие цены на рынке.
3. Стратегия средних цен может быть представлена в виде:
 - а) стратегии проникновения на рынок,
 - б) стратегии нейтрального ценообразования,
 - в) стратегии «снятия сливок».
4. Установление высокой цены по отношению к экономической ценности продукта для большинства возможных покупателей с целью получить прибыль за счет относительно у низкой чувствительности к цене у маленькой группы покупателей, является:

- а) ценовой стратегией «снятие сливок»,
- б) нейтральной ценовой стратегией,
- в) стратегией проникновения.

5. При ценовой стратегии «снятия сливок»:

- а) дополнительные издержки не составляют значительную часть цены продукта,
- б) дополнительные издержки составляют значительную часть цены к продукту,
- в) дополнительные издержки не играют роли при выборе стратегии.

6. Установление низкой цены по отношению к экономической ценности, с целью получения прибыли от устойчивой позиции на рынке, привлекая и удерживая широкий круг покупателей, является:

- а) ценовой стратегией «снятие сливок»,
- б) нейтральной ценовой стратегией,
- в) стратегией проникновения.

7. Стратегия проникновения удачна, если:

- а) дополнительные издержки составляют небольшую часть цены,
- б) дополнительные издержки составляют большую часть цены,
- в) дополнительные издержки не играют роли при выборе стратегии.

11. Для потребителей, покупающих большими партиями, не требующих специального обслуживания или дополнительных удобств и комфорта, следует применять:

- а) ценовую стратегию «снятия сливок»,
- б) нейтральную ценовую стратегию,
- в) стратегию проникновения.

9. Стратегия нейтрального ценообразования относится к:

- а) активной политике цен,
- б) пассивной политике цен,
- в) невозможно точно ответить на данный вопрос.

10. На стадии проникновения цена должна быть:

- а) низкой и нейтральной,
- б) ценой проникновения,
- в) высокой и нейтральной.

Вариант 2

1. Условием принятия стратегии проникновения при лидерстве издержках является:

- а) высокоэластичный спрос,
- б) отсутствие больших объемов продаж,
- в) большая заинтересованность покупателей в качестве и надежности продукта, а не в его цене.

2. Стратегия «пожинания плодов» предполагает:

- а) частичный или полный уход с некоторых рыночных сегментов, на которых фирма обладает наиболее слабыми конкурентными позициями, для направления высвободившихся ресурсов сегменты с сильной рыночной позицией фирмы,
- б) поэтапный уход с рынка,
- в) попытка усиления позиций в отрасли, где происходит спад производства.

3. Установление высокой цены по отношению к экономической ценности продукта для большинства возможных покупателей с целью получить прибыль за счет относительно у низкой чувствительности к цене у маленькой группы покупателей, является:

- а) ценовой стратегией «иснятие сливок»,
- б) нейтральной ценовой стратегией,
- в) стратегией проникновения.

4. При ценовой стратегии «снятия сливок»:

- а) дополнительные издержки не составляют значительную часть цены продукта,
- б) дополнительные издержки составляют значительную часть цены к продукту,
- в) дополнительные издержки не играют роли при выборе стратегии.

5. Установление низкой цены по отношению к экономической ценности, с целью получения прибыли от устойчивой позиции на рынке, привлекая и удерживая широкий круг покупателей, является:

- а) ценовой стратегией «снятие сливок»,
- б) нейтральной ценовой стратегией,
- в) стратегией проникновения.

6. Критерием выделения основных ценовых стратегий является:

- а) связь между ценой и экономической ценностью товара с точки зрения рынка, состоящего из массы покупателей с низкими доходами,
- б) связь между ценой и экономической ценностью товара с точки зрения рынка, состоящего из массы покупателей с высокими доходами,
- в) связь между ценой и экономической ценностью товара с точки зрения «среднего рынка», состоящего из основной массы в покупателей.

7. Высокие цены в выделении основных ценовых стратегий:

- а) могут быть как выше, так и ниже цен на рынке,
- б) обязательно выше, чем другие цены на рынке,
- в) обязательно ниже, чем другие цены на рынке.

8. Стратегия средних цен может быть представлена в виде:

- а) стратегии проникновения на рынок,
- б) стратегии нейтрального ценообразования,

- в) стратегии «снятия сливок».

9. Для потребителей, покупающих большими партиями, не требующих специального обслуживания или дополнительных удобств и комфорта, следует применять:

- а) ценовую стратегию «снятия сливок»,
- б) нейтральную ценовую стратегию,
- в) стратегию проникновения.

10. Стратегия нейтрального ценообразования относится к:

- а) активной политике цен,
- б) пассивной политике цен,
- в) невозможно точно ответить на данный вопрос.

Требования к выполнению данного задания:

На выполнения всего теста дается определенное время: на решение индивидуального теста, состоящего из 10 заданий, отводится 40 мин. Тест считается успешно выполненным в том случае, если он оценивается в 7 и более баллов (по 1 баллу за каждый верный ответ на закрытые задания, максимум 5 баллов за полный ответ на открытые задания). Тест выполняется на индивидуальных бланках, выдаваемых преподавателем, и сдается ему на проверку **Порядок выполнения задания:**

Тесты составлены с учетом лекционных материалов по каждой теме дисциплины. Для подготовки к тестам необходимо изучить материал по каждой теме дисциплины, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем.

При решении тестов необходимо выполнить следующее

- Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.
- Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока, не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.
- Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.
- Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.
- Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.
- Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких

заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

- Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что обучающийся забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

Форма контроля – количество правильно решенных тестовых заданий.

Требования к оформлению задания: ответы на предложенные тесты выполняются на листе бумаги или на бланке, предложенном преподавателем.

Тесты составлены из следующих форм тестовых заданий:

1. Закрытые задания с выбором одного правильного ответа - один вопрос и четыре варианта ответов, из которых необходимо выбрать один.
2. Закрытые задания с выбором всех правильных ответов, предлагается несколько вариантов ответа, в числе которых может быть несколько правильных. Необходимо выбрать все правильные ответы.

Раздел 6. Ценообразование на товарных, фондовых рынках и рынках услуг.

Платформа Competera. SAS Revenue Optimization. Продукты SAS. SAS Regular Price Optimization – управление регулярными ценами. SAS Promotion Price Optimization – управление промоакциями. SAS Markdown Optimization – управление распродажами. Хранилище данных в MS Azure. Единая среда аналитики. Искусственный интеллект.

Задание 1. – устно ответьте на вопросы:

1. Платформа Competera.
2. SAS Revenue Optimization.
3. Продукты SAS.
4. SAS Regular Price Optimization – управление регулярными ценами.
5. SAS Promotion Price Optimization – управление промоакциями.
6. SAS Markdown Optimization – управление распродажами.
7. Хранилище данных в MS Azure.
8. Единая среда аналитики.
9. Искусственный интеллект.

Задание 2 – решить тесты:

Вариант 1

1. Затратная цена это:
 - а) стоимость основных фондов плюс прибыль
 - б) амортизация плюс маржинальная прибыль плюс налоги
 - в) амортизация плюс материальные затраты плюс расходы на оплату труда плюс налоги плюс прибыль
 - г) переменные затраты плюс постоянные затраты
2. Рыночная цена отражает:
 - а) затраты на производство товара

- б) затраты на продвижение и сбыт товара
- в) ценность товара для потребителя
- г) прибыль для продавца

3. Цена это категория:

- а) производственная
- б) деловых переговоров
- в) рыночная
- г) нормативная

4. Какую функцию выполняет цена при осуществлении связи между спросом и предложением:

- а) стимулирующую
- б) распределительную
- в) информационную
- г) сбалансирования

5. При какой функции натурально-вещественная форма товаров преобразуется в стоимостную, получает денежную оценку

- а) измерительной
- б) перераспределительной
- в) учетной
- г) регулирующей

6. По оптовым ценам:

- а) реализуются крупные партии товара
- б) реализуется товар промежуточному потребителю
- в) товар приобретает для конечного потребителя
- г) товар продается населению

7. В условиях инфляции покупателю более выгодна цена:

- а) твердая
- б) подвижная
- в) скользящая
- г) розничная

8. Не включается в свободную закупочную цену:

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

9. Расчет цены на базе затрат осуществляется в:

- а) бухгалтерии
- б) финансовом отделе

- в) плановом отделе
- г) отделе сбыта и маркетинга

10. Цена при рыночном подходе определяется:

- а) после определения уровня продаж, расчета затрат и уровня рентабельности
- б) до начала изготовления товара
- в) во время заключения контракта
- г) на совещании у генерального директора

Вариант 2

1. Издержки производства:

- а) определяют цену
- б) влияют на установление цены
- в) определяют объем продаж
- г) определяют прибыль

2. На доходность влияют только затраты

- а) дополнительные
- б) постоянные издержки
- в) переменные
- г) совокупные

3. На рынке свободной конкуренции политика ценообразования характеризуется как:

- а) сговор
- б) адаптивная
- в) маркетинговое ценообразование
- г) приспособления к ведущим конкурентам

4. Что относится к дополнительным затратам?

- а) переменные затраты
- б) переменные затраты и часть постоянных издержек
- в) коммерческие расходы
- г) инвестиционные затраты

5. Постоянные затраты становятся переменными, когда:

- а) при определенных объемах производства
- б) при изменении цены
- в) когда продажи выходят за определенные пределы
- г) при выполнении нового заказа

6. Прибыль производителя при прочих равных условиях зависит от:

- а) объемов продаж
- б) структуры переменных и постоянных затрат
- в) соотношения переменных и постоянных затрат

г) выхода на новые рынки сбыта

7. Степень влияния изменения цены на прибыль при прочих равных условиях зависит от:

- а) объемов продаж
- б) структуры переменных и постоянных затрат
- в) соотношения переменных и постоянных затрат
- г) выхода на новые рынки сбыта

8. Чем выше доля переменных затрат (удельных затрат) в цене, тем цена оказывает

- а) большее влияние на прибыль
- б) меньшее влияние на прибыль
- в) не оказывает никакого влияния

9. Для увеличения прибыли компании финансисты предлагают:

- а) снизить цены
- б) увеличить цены
- в) держать объемы продаж на уровне безубыточности
- г) увеличить расходы на рекламу

10. Задачами маркетологов являются:

- а) держать объемы продаж на уровне безубыточности
- б) прогнозировать объемы производства
- в) обеспечить необходимый объем продаж
- г) составлять бюджет коммерческих расходов

Требования к выполнению данного задания:

На выполнения всего теста дается определенное время: на решение индивидуального теста, состоящего из 10 заданий, отводится 40 мин. Тест считается успешно выполненным в том случае, если он оценивается в 7 и более баллов (по 1 баллу за каждый верный ответ на закрытые задания, максимум 5 баллов за полный ответ на открытые задания). Тест выполняется на индивидуальных бланках, выдаваемых преподавателем, и сдается ему на проверку **Порядок выполнения задания:**

Тесты составлены с учетом лекционных материалов по каждой теме дисциплины. Для подготовки к тестам необходимо изучить материал по каждой теме дисциплины, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем.

При решении тестов необходимо выполнить следующее

- Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.
- Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока, не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

- Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

- Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

- Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

- Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

- Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что обучающийся забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

Форма контроля – количество правильно решенных тестовых заданий.

Требования к оформлению задания: ответы на предложенные тесты выполняются на листе бумаги или на бланке, предложенном преподавателем.

Тесты составлены из следующих форм тестовых заданий:

1. Закрытые задания с выбором одного правильного ответа - один вопрос и четыре варианта ответов, из которых необходимо выбрать один.

2. Закрытые задания с выбором всех правильных ответов, предлагается несколько вариантов ответа, в числе которых может быть несколько правильных. Необходимо выбрать все правильные ответы.

Задание 2. Выполните контрольную работу:

Контрольная работа

Вариант 1

1. Ответьте письменно на вопросы:

1. Назовите цели ценообразования
2. Дайте определение инновационных стратегий, и привести их примеры.

2. Решите задачу:

Определить уровень использования трудовых ресурсов хозяйства. Среднесписочная численность работающих в сельскохозяйственном производстве - 300 чел., среднегодовая численность - 258 чел. Ими отработано 545 тыс. чел.- ч. Возможный фонд рабочего времени одного работника 2000 чел.- ч.

Вариант 2

1. Ответьте письменно на вопросы:

1. Ценообразование на образовательные услуги.

2. Ценообразование на рынке свободной конкуренции.

2 Решите задачу:

Определить среднегодовую, среднедневную и среднечасовую норму выработки одного рабочего на основании нижеприведенных данных

Показатели	Значение показателей
Выпуск продукции, млрд. рублей	12,5
Среднесписочная численность рабочих за год, чел	800
Число рабочих дней в году	242
Средняя продолжительность рабочего дня	7,7

Раздел 7. Зарубежный опыт ценообразования на отраслевых рынках.

Общие закономерности при регулировании и реформировании ценообразования в зарубежных странах. Регулирование и контроль цен в странах с развитой рыночной экономикой. Основные принципы реформирования ценообразования в восточноевропейских странах. **Задание 1 – Ответить на устные вопросы.**

1. Какие вы знаете основные закономерности ценообразования?
2. Какое влияние на движение цен в ходе мирового воспроизводства оказывают монополии и государства?
3. Влияние колебаний валютных курсов на внешнеторговые цены
4. Определите основные методологии установления внешнеторговых цены
5. Как понятие контрактной цены и способы ее фиксации могут помочь увеличить прибыль ОАО «Газпром»?
6. Как рационально учесть издержки производства и рыночные цены?
7. Определите рациональный метод ценообразования во внешнеэкономической деятельности. 8. Какие вы знаете принципы и последствия диспаритета цен?

Задание 2. Выполните контрольную работу:

Контрольная работа №2

Вариант 1

1. Ответьте письменно на вопросы:

1. Назовите цели ценообразования
2. Дайте определение инновационных стратегий, и привести их примеры.

2. Решите задачу:

Задача 1. Предприятие розничной торговли осуществляет закупку импортных товаров. Таможенная стоимость, пересчитанная в рубли по курсу ЦБ России, составляет 60 000 руб., акцизы – 30% от таможенной стоимости; таможенная пошлина – 10% и таможенные сборы – 0,15% от таможенной стоимости.

Необходимо определить расчетную цену закупаемого импортного товара.

Вариант 2

1. Ответьте письменно на вопросы:

1. Ценообразование на образовательные услуги.
2. Ценообразование на рынке свободной конкуренции.

2.Решите задачу:

Задача 1. Оптовое предприятие закупило у предприятия-изготовителя товар по цене 14 400 руб. за ед., в том числе НДС – 2 400 руб., оптовая надбавка составляет 15% к цене приобретения товара (без НДС).

Необходимо рассчитать:

- размер оптовой надбавки в рублях;
- цену оптового предприятия без НДС и с учетом НДС.