



*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 самостоятельной работы для
обучающихся по направлению 38.04.01 «Экономика»
Направленность «Экономика и управление»

Форма обучения

Очная

Ташкентская область, Кибрайский район – 2025

Составитель:

к.э.н., доцент Лунева Т.В. _____

Рецензент:

к.э.н., доцент, Рябова Т.В. _____

Приведены методические указания по подготовке к опросу и практическим занятиям. По всем темам даны контрольные вопросы по собеседованию, требования и порядок подготовки ответов. Предусматривается подготовка и написание самостоятельной работы в виде контрольной работы, приведена их примерная тематика, требования и порядок выполнения. Определен порядок практической работы в виде выполнения тестовых заданий по тематике дисциплины, в том числе по компетенциям (ФОС) дисциплины, решения задач, в том числе и ситуационных.

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», профиль подготовки: «Экономика и управление». Соответствуют требованиям ФГОС.

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

Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Ценообразование на рынке по отраслям» предназначены для обучающихся по направлению 38.04.01 «Экономика» направленности подготовки «Экономика и управление».

Цель методических указаний: оказание помощи обучающимся в выполнении самостоятельной работы по дисциплине «Ценообразование на рынке по отраслям».

Настоящие методические указания содержат задания, которые позволят обучающимся самостоятельно овладеть фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю подготовки, опытом творческой и исследовательской деятельности, и направлены на формирование следующих компетенции:

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

В результате выполнения самостоятельных работ по дисциплины «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.

Описание самостоятельной работы содержит: тему, задания, требования к выполнению конкретного задания по данной теме, порядок выполнения задания, формы контроля, требования к оформлению заданий. Для получения дополнительной, более подробной информации по изучаемым вопросам приведены рекомендуемые источники.

Задания по самостоятельной работе студентов предусмотрены учебным планом направления подготовки магистров 38.04.01 «Экономика» направленности подготовки «Экономика и управление» и являются неотъемлемой составной частью учебного процесса.

Цель заданий для самостоятельной работы – закрепить и расширить знания по учебной дисциплине «Ценообразование на рынке по отраслям», развить навыки системной и аналитической работы, принятия самостоятельных экономических решений.

Задания для СРС выполняются студентом самостоятельно, в аудиторное и во внеаудиторное время. Задания по самостоятельной аудиторной работе включает себя:

изучение рекомендованного преподавателем теоретического материала, устного ответа на контрольные вопросы, решения задач и тестов в устной форме и письменном виде.

Задания по внеаудиторной самостоятельной работе очной формы обучения включают в себя в соответствии с рабочей программой дисциплины «Ценообразование на рынке по отраслям»: две репродуктивные контрольные работы.

Работа должна носить самостоятельный и творческий характер, и при ее проверке преподаватель в первую очередь оценивает обоснованность и правильность ответа в соответствии со шкалами оценки каждого вида задания.

Для выполнения заданий студенту необходимо изучить по исследуемым вопросам рекомендуемые преподавателем источники в перечне учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины по каждой теме дисциплины и подготовиться к выполнению аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы. Для помощи в подготовке обучающегося к самостоятельной работе рекомендуется использовать методические указания по изучению дисциплины «Ценообразование на рынке по отраслям».

1. Перечень видов самостоятельной работы по дисциплине

Тема	Вид самостоятельной работы	Форма контроля	* СРС		Требования к выполнению заданий (знание и/или умение и/или владение навыками)
			Аудиторная СРС	Внеаудиторная СРС	
Раздел 1. Теоретические основы ценообразования на отраслевых рынках. Теоретические основы цены. Эволюция теории цены. Эластичность спроса. Состав, структура и система цен. Классификация цен. Классификация цен в зависимости от государственного воздействия и регулирования.	Подготовка к тестированию Подготовка к практическим занятиям Подготовка к решению задач Решение ситуационных задач	Тестирование	+	-	Знание
		Опрос	-	+	Знание
		Задачи	+	-	Умение
		Ситуационные задачи	-	+	Владение навыками

Раздел 2. Ценообразование на различных типах рынков. Механизм ценообразования. Нормативно-правовое регулирование ценообразования в РФ.	Подготовка к тестированию	Тестирование	+	-	Знание
	Подготовка к практическим занятиям	Опрос	-	+	Знание
	Подготовка к решению задач	Задачи	+	-	Умение
	Решение ситуационных задач	Ситуационные задачи	-	+	Владение навыками

Раздел 3. Методология ценообразования. Методы ценообразования. Методы ценообразования, основанные на издержках производства. Методы ценообразования, учитывающие качество и потребительские свойства продукции. Методы ценообразования, учитывающие спрос и уровень конкуренции. Нормативно-параметрические методы ценообразования. Методы ценообразования, ориентированные на спрос. Методы ценообразования, учитывающие цены конкурентов. Тендерное ценообразование.	Подготовка к тестированию	Тестирование	+	-	Знание
	Подготовка к практическим занятиям	Опрос	-	+	Знание
	Подготовка к решению задач	Задачи	+	-	Умение
	Решение ситуационных задач	Ситуационные задачи	-	+	Владение навыками

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.	Подготовка к тестированию Подготовка к практическим занятиям Решение ситуационных задач	Тестирование	+	-	Знание
		Опрос	-	+	Знание
		Ситуационные задачи	-	+	Владение навыками
Раздел 5. Стратегия ценообразования. Стратегия ценообразования. Последовательность процедуры выбора стратегии ценообразования. Классическая типология ценовых стратегий. Содержание и варианты стратегии премиального ценообразования. Содержание и условия реализации стратегии ценового прорыва. Стратегии дифференцированного ценообразования. Стратегии конкурентного ценообразования. Стратегии ассортиментного ценообразования. Стратегия EDLP. Тактика ценообразования.	Подготовка к тестированию Подготовка к практическим занятиям Решение ситуационных задач	Тестирование	+	-	Знание
		Опрос	-	+	Знание
		Ситуационные задачи	-	+	Владение навыками

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.	Подготовка к тестированию	Тестирование	+	-	Знание
	Подготовка к практическим занятиям	Опрос	-	+	Знание
	Решение ситуационных задач	Ситуационные задачи	-	+	Владение навыками
	Подготовка к контрольной работе №1	Контрольная работа №1	+	-	Владение навыками
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.	Подготовка к практическим занятиям	Опрос	-	+	Знание
	Решение ситуационных задач	Ситуационные задачи	-	+	Владение навыками
	Подготовка к контрольной работе №2	Контрольная работа №2	+	-	Владение навыками

2. Тематика и задания самостоятельной работы

Темы самостоятельных работ совпадают с названиями разделов дисциплины «Ценообразование на рынке по отраслям» и формируются с указанием цели самостоятельной работы, задания, порядка выполнения работы, формы контроля, требований к выполнению и оформлению заданий. Указанные виды аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы по дисциплине также соответствуют заявленным в рабочей программе по данной дисциплине.

Раздел 1. Теоретические основы ценообразования на отраслевых рынках.

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

1.Задание – подготовить ответы на вопросы к опросу.

1. Эволюция теории цены.
2. Эластичность спроса.
3. Состав, структура и система цен.
4. Классификация цен.
5. 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).
6. Классификация цен в зависимости от территории действия (по географическому принципу). Цены единые по стране или поясные, региональные и местные цены, зональные цены.
7. Классификация цен в зависимости от государственного воздействия и регулирования (свободные цены, регулируемые цены (предельные цены, фиксированные цены)).
8. Классификация цен по способу установления фиксации (твердые, подвижные и скользящие цены).
9. Классификация цен по способу получения информации (публикуемые и расчётные).
10. В зависимости от вида рынка (биржевые котировки, цены товарных аукционов и торгов).
11. Механизм ценообразования.
12. Этапы ценообразования.
13. Ценообразование на различных типах рынков.
14. Ценообразование на основе ценности.
15. Поведенческое ценообразование 2.0.
16. Вводное ценообразование. 17. Моделирование ценообразования.

Требования к выполнению данного задания:

Подготовить ответы на контрольные вопросы к практическим работам. **Порядок выполнения задания:**

Необходимо заранее изучить методические рекомендации по проведению практической работы. Обратит внимание на цель занятия, на основные вопросы для подготовки к занятию, на контрольные вопросы самопроверки после каждой практической работы, на содержание темы занятия.

Форма контроля – отчет по практическим работам

Требования к оформлению задания:

Составить конспект по практической работе, включив в него тему работы, краткое изложение теоретической части, схематичные рисунки, указать ход выполнения работы, представить письменные ответы по поставленным вопросам.

2.Задание – решить ситуационные задачи

1.Определить структуру свободной отпускной и розничной цены платья женского, реализуемого частным магазином. Если известно, что полная себестоимость платья составляет 2680 руб., свободная отпускная цена с НДС – 3860 руб., свободная розничная (рыночная) цена – 5095 руб. Ставка НДС – 18 %, оптовая надбавка – 11 %.

2. Определить:

- а) свободную розничную цену изделия;
- б) цену, по которой предприятие розничной торговли будет рассчитываться с оптовой базой;
- в) прибыль промышленного предприятия от реализации данного изделия и рентабельность производства изделия.

Составить структуру свободной розничной цены, если известно:

- себестоимость – 25 120 руб.;
- отпускная цена с НДС – 45 380 руб.;
- оптовая надбавка – 8 % к отпускной цене; – торговая надбавка – 20 % к отпускной цене.

3. Составить калькуляцию себестоимости пары мужских модельных ботинок. Определить прибыль от реализации одной пары ботинок и прибыль, оставшуюся в распоряжении предприятия. Составить структуру свободной отпускной цены одной пары ботинок.

Исходные данные для расчета:

- 1) затраты на 100 пар ботинок: сырье и основные материалы – 12 250 руб.; вспомогательные материалы – 75 руб.; топливо и электроэнергия на технологические нужды – 2 руб.; з/плата производственных рабочих – 1060 руб.; страховые взносы – 30 % от з/платы производственных рабочих; расходы по содержанию и эксплуатации оборудования – 47 % от з/плате производственных рабочих; общепроизводственные расходы – 20 % от з/плате производственных рабочих; общехозяйственные расходы – 79 % от з/плате производственных рабочих; коммерческие расходы – 0,3 % от производственной себестоимости; транспортные расходы – 14 % от производственной себестоимости.
- 2) свободная отпускная цена одной пары мужских модельных ботинок (с НДС) – 287,9 руб.
- 3) ставка налога на прибыль – 20 %.

4. Компания *Wizard* выпускает товары для детей, в том числе экологически чистую пластиковую посуду. Обычно компания производит 480 000 наборов в год (в среднем по 40 000 наборов в месяц — чашка, блюдце, тарелка). Имеются данные о затратах на один набор посуды:

Затраты на производство	
прямые затраты на сырье и материалы	60,0 руб.
прямые затраты на оплату труда	72,0 руб.
переменные производственные накладные расходы	48,0 руб.
постоянные производственные накладные расходы	30,0 руб.
Затраты на продажу и административно-хозяйственные нужды	
переменные (премиальные)	90,0 руб.
постоянные	54,0 руб.

Отпускная цена в 400 руб. за единицу обеспечивает годовой объем продаж в 192 000 000 руб. Общие издержки составляют 169 920 000 руб.; текущая прибыль — 22 080 000 руб. (46 руб. на набор). Маркетинговые исследования показывают, что если сделать скидку

и установить цену на уровне 350 руб. за набор, то количество проданных наборов может возрасти на 10 %. Предположим, что компания Wizard снизит цену, так как захочет продать больше.

Постоянные затраты на единицу товара составляют _____ руб.

Переменные затраты на единицу товар - _____ руб.

Удельная прибыль при продаже по цене 350 руб. за набор _____ руб.

5. Компания Wizard выпускает товары для детей, в том числе экологически чистую пластиковую посуду. Обычно компания производит 480 000 наборов в год (в среднем по 40 000 наборов в месяц — чашка, блюдце, тарелка). Имеются данные о затратах на один набор посуды:

Затраты на производство	
прямые затраты на сырье и материалы	60,0 руб.
прямые затраты на оплату труда	72,0 руб.
переменные производственные накладные расходы	48,0 руб.
постоянные производственные накладные расходы	30,0 руб.
Затраты на продажу и административно-хозяйственные нужды	
переменные (премиальные)	90,0 руб.
постоянные	54,0 руб.

Отпускная цена в 400 руб. за единицу обеспечивает годовой объем продаж в 192 000 000 руб. Общие издержки составляют 169 920 000 руб.; текущая прибыль — 22 080 000 руб. (46 руб. на набор).

Благотворительный фонд предлагает компании Wizard заключить контракт на поставку 15 000 наборов для домов малютки. По условиям контракта компании будут оплачены все переменные производственные издержки плюс фиксированная надбавка в 100 000 руб. Компенсация других расходов в контракте не предусматривается.

В случае, когда часть продукции (15000 наборов) будет продана благотворительному фонду, а оставшаяся часть пущена на продажу по цене 400 руб. за набор:

Доход от продажи продукции благотворительному фонду составит _____ руб.

Сумма затрат, отнесенных на производство товаров для обычной продажи (по 400 руб. за набор), за месяц - _____ руб. Итог: _____ руб.

6. Компания Wizard выпускает товары для детей, в том числе экологически чистую пластиковую посуду. Обычно компания производит 480 000 наборов в год (в среднем по 40 000 наборов в месяц — чашка, блюдце, тарелка). Имеются данные о затратах на один набор посуды:

Затраты на производство	
прямые затраты на сырье и материалы	60,0 руб.
прямые затраты на оплату труда	72,0 руб.
переменные производственные накладные расходы	48,0 руб.

постоянные производственные накладные расходы	30,0 руб.
Затраты на продажу и административно-хозяйственные нужды	
переменные (премиальные)	90,0 руб.
постоянные	54,0 руб.

Отпускная цена в 400 руб. за единицу обеспечивает годовой объем продаж в 192000000 руб. Общие издержки составляют 169 920 000 руб.; текущая прибыль — 22080000 руб. (46 руб. на набор).

Благотворительный фонд предлагает компании Wizard заключить контракт на поставку 15000 наборов для домов малютки. По условиям контракта компании будут оплачены все переменные производственные издержки плюс фиксированная надбавка в 100 000 руб. Компенсация других расходов в контракте не предусматривается.

Компания рассматривает пессимистичный вариант, когда при работе с благотворительным фондом на его условиях (часть продукции (15 000 наборов) планируется продать благотворительному фонду, а оставшуюся часть пустить на продажу по цене 400 руб. за набор), фонд не выплатит фиксированную надбавку. Какую сумму в таком случае составят потери прибыли компании по сравнению с базовыми продажами? (ответ дать в руб., без знака минус)

7. Компания Wizard выпускает товары для детей, в том числе экологически чистую пластиковую посуду. Обычно компания производит 480 000 наборов в год (в среднем по 40 000 наборов в месяц — чашка, блюдец, тарелка). Имеются данные о затратах на один набор посуды:

Затраты на производство	
прямые затраты на сырье и материалы	60,0 руб.
прямые затраты на оплату труда	72,0 руб.
переменные производственные накладные расходы	48,0 руб.
постоянные производственные накладные расходы	30,0 руб.
Затраты на продажу и административно-хозяйственные нужды	
переменные (премиальные)	90,0 руб.
постоянные	54,0 руб.

Отпускная цена в 400 руб. за единицу обеспечивает годовой объем продаж в 192 000 000 руб. Общие издержки составляют 169 920 000 руб.; текущая прибыль — 22 080 000 руб. (46 руб. на набор).

Компания Wizard решила выйти на рынок соседней страны. Компания получила предварительный заказ от торговой организации этой страны на поставку партии в 20 000 наборов посуды. При этом необходимо постараться предоставить минимально возможную цену. По оценкам компании, затраты, кроме прямых на производство, составят:

- на доставку — 45 руб. на набор;
- постоянные издержки на подготовку и заключение контракта — 2 400 000 руб.

Компания в этом случае не намерена учитывать в переменных издержках какие-либо затраты, кроме затрат на доставку. Выполнение этого заказа не повлияет на выполнение плана компании Wizard на существующем рынке (мощности для производства найдут).

Определите минимально возможную цену для набора посуды (в руб.) по формуле

$$\text{Цена} = \text{Прямые затраты} + \text{Дополнительные затраты} / \text{Объем продаж}$$

Раздел 2. Ценообразование на различных типах рынков.

Механизм ценообразования. Нормативно - правовое регулирование ценообразования в РФ.

1.Задание – подготовить ответы на вопросы к опросу.

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?

Требования к выполнению данного задания:

Подготовить ответы на **вопросы к опросу. Порядок выполнения задания:**

Необходимо заранее изучить методические рекомендации по подготовке к опросу. Обратить внимание на цель занятия, на основные вопросы для подготовки к занятию на содержание темы занятия.

Форма контроля – оценка подготовленного обучающимся конспекта и отчет, включающий:

- проверка конспекта;
- заслушивание и обсуждение вопросов в аудитории на семинарском занятии.

Требования к оформлению задания:

Составить конспект по опросу, включив в него тему работы, краткое изложение теоретической части, схематичные рисунки, указать ход выполнения работы, представить письменные ответы по поставленным вопросам.

2. Задание – решите ситуационные задачи:

Задача 1. В таблице 1 приведены данные об объеме реализации продукции по себестоимости:

Таблица 1

Виды изделий	Реализовано, тыс. т.	Объем реализованной продукции по полной себестоимости, тыс. руб.	Рентабельность затрат, %

Хлеб и хлебобулоч-	18,4	34 000	11,4
ные			
Макаронные	1,05	4 000	10,7

Необходимо определить по отдельным видам продукции: а)
выручку от реализации;
б) себестоимость единицы продукции;
в) оптовую цену единицы продукции;
г) прибыль от реализации на единицу продукции и в целом.

Задача 2. Отпускная цена единицы подакцизного товара – 9 600 руб., ставка акцизов к отпускной цене – 20%.

Необходимо рассчитать:

– отпускную цену подакцизного товара; – сумму акцизов в рублях.

Задача 3. Предприятие торговли закупает товар у производителя по свободной цене с учетом НДС в сумме 12 000 руб. за единицу. Торговая надбавка составляет 25% к свободной отпускной цене товара.

Необходимо рассчитать:

– размер торговой надбавки в рублях;
– свободную розничную цену на единицу товара.

Задача 4. Рассчитать розничную цену изделия:

– полная себестоимость единицы продукции – 4 600 руб.;
– накопления, включаемые в цену (в % к полной себестоимости) – 25%; –
налог на добавленную стоимость – 18%;
– торговая наценка – 25%.

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»).

1.Задание – подготовить ответы на вопросы к опросу.

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.

Требования к выполнению данного задания:

Подготовить ответы на **вопросы к опросу. Порядок выполнения задания:**

Необходимо заранее изучить методические рекомендации по подготовке к опросу. Обратить внимание на цель занятия, на основные вопросы для подготовки к занятию на содержание темы занятия.

Форма контроля – оценка подготовленного обучающимся конспекта и отчет, включающий:

- проверка конспекта;
- заслушивание и обсуждение вопросов в аудитории на семинарском занятии.

Требования к оформлению задания:

Составить конспект по опросу, включив в него тему работы, краткое изложение теоретической части, схематичные рисунки, указать ход выполнения работы, представить письменные ответы по поставленным вопросам.

2. Задание – решите ситуационные задачи:

Задача 1.

- Рассчитать розничную цену изделия на основе следующих данных: –
производственная себестоимость единицы продукции – 4 240 руб.;
– коммерческие расходы (в % к производственной себестоимости) – 5%;
– накопления – 23%;
– налог на добавленную стоимость – 18%; – торговая наценка – 25%.

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 понятия 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.

1.Задание – подготовить ответы на вопросы к опросу.

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.

Требования к выполнению данного задания:

Подготовить ответы на **вопросы к опросу. Порядок выполнения задания:**

Необходимо заранее изучить методические рекомендации по подготовке к опросу. Обратить внимание на цель занятия, на основные вопросы для подготовки к занятию на содержание темы занятия.

Форма контроля – оценка подготовленного обучающимся конспекта и отчет, включающий:

- проверка конспекта;
- заслушивание и обсуждение вопросов в аудитории на семинарском занятии.

Требования к оформлению задания:

Составить конспект по опросу, включив в него тему работы, краткое изложение теоретической части, схематичные рисунки, указать ход выполнения работы, представить письменные ответы по поставленным вопросам.

2. Задание – решите ситуационные задачи:

Задача 1.

Оцените влияние изменения цены товара на финансовые результаты компьютерной компании. Компания продает ноутбуки HP по начальной цене 28 000 руб. Начальные удельные переменные затраты составляют 17 000 руб. (то есть цена закупки). Постоянные затраты 300 000 руб. в месяц. Оцените необходимое изменение объема продаж для обоснования целесообразности решений об изменении цен. Менеджер компании предлагает четыре возможных варианта управленческих решений.

Вариант 1. Снизить цену на 10 % при неизменных затратах и продаже одной модели ноутбуков.

Вариант 2. Снизить цену на 10 %, что обусловлено снижением переменных затрат (цены закупки) на 10 %, но известно, что это приведет к росту постоянных затрат до 500 000 руб. (в этом случае компании придется осуществлять дополнительные расходы на рекламу, продвижение товара и пр.)

Вариант 3. Снизить цену ноутбуков модели HP на 10 % при неизменных затратах. В данном случае компания сможет установить цену на ноутбуки Asser по цене 22 000 руб., при переменных затратах 19 000 руб. (известно, что объемы продаж, в данном случае сократятся на 2 %) и на ноутбуки Assus по цене 26 000 руб. при переменных затратах 18 000 руб. (известно, что объемы продаж сократятся в данном случае на 5 %).

Вариант 4. Снизить цену на 10 % при неизменных затратах и продаже одной модели ноутбуков, а также принтера модели HP Laser Jet по цене 10 000 руб. при переменных затратах 7 000 руб. (известно, что в данном случае произойдет увеличение продаж на 4 %) и USB-GSM модема для ноутбука по цене 3 000 руб. при переменных затратах 2 000 руб. (объемы продаж которого также увеличатся на 6 %). При условии, что постоянные затраты делятся пропорционально прямым затратам между изделиями.

Задача 2.

По предприятию известны следующие данные:

- 1) постоянные затраты в год – 50 000 руб.;
- 2) отпускная цена единицы продукции – 18 руб
- 3) переменные затраты на единицу продукции – 10 руб.;
- 4) текущий объем продаж – 8000 шт.

Оцените расчетным путем возможное изменение цены товара, при условии, что предприятие в следующем году планирует сократить переменные затраты на 10 % и постоянные затраты на 5000 руб., объем продаж прогнозируется тот же. Какую отпускную цену единицы продукции следует установить, если предприятие планирует увеличение прибыли на 15 % при продаже прежнего количества продукции.

Задача 3.

Компания Assus намерена производить новый планшетный компьютер модели Assus T-101fm. Используя современные методы ценообразования, применяемые в коммерческой практике, обосновать цену новой модели планшетного компьютера.

Задача 4.

Цена модельной женской стрижки в салоне парикмахерских услуг составляет 500 руб., переменные затраты 320 руб. Ожидается рост переменных затрат на 10 %. Проанализируйте последствия возможных альтернативных решений фирмы.

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 стратегии: 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.

1.Задание – подготовить ответы на вопросы к опросу.

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 необходимо собрать информацию 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?

Требования к выполнению данного задания:

Подготовить ответы на вопросы к опросу. **Порядок выполнения задания:**

Необходимо заранее изучить методические рекомендации по подготовке к опросу. Обратить внимание на цель занятия, на основные вопросы для подготовки к занятию на содержание темы занятия.

Форма контроля – оценка подготовленного обучающимся конспекта и отчет, включающий:

- проверка конспекта;
- заслушивание и обсуждение вопросов в аудитории на семинарском занятии.

Требования к оформлению задания:

Составить конспект по опросу, включив в него тему работы, краткое изложение теоретической части, схематичные рисунки, указать ход выполнения работы, представить письменные ответы по поставленным вопросам.

2.Задание – решите ситуационные задачи

1.

Имеются следующие данные о работе обувного магазина:

Показатель	Фактическое значение
Объем продаж, пар	25 000
Средняя розничная цена за пару, руб.	1 400
Закупочная цена за пару, руб.	1 050
Совокупные постоянные издержки, руб.	1 800 000

Определить точку безубыточности. Рассчитать прибыль (убыток) компании.

Сложившийся уровень прибыли не устраивает руководителей предприятия, поэтому обсуждаются предложения, направленные на повышение прибыли. Оцените результаты реализации каждого предложения.

1.Если бы за реализацию одной пары обуви были введены комиссионные (продавцам, осуществляющим торговлю) в размере 5 %, сколько пар обуви нужно было бы реализовать ежегодно, чтобы прибыль увеличилась на 20 % по сравнению с базовым уровнем? Каким должен быть коэффициент эластичности?

2. Предположим, что на следующий год предполагается провести дополнительную рекламную кампанию, которая обойдется организации в 80 000 руб., в то же время цены

реализации должны быть увеличены на 10 %. Какой будет точка безубыточности? При каком объеме продаж прибыль увеличится на 20 %? Какой должна быть эластичность спроса по цене, чтобы при увеличении цены на 10 % обеспечить необходимый объем продаж?

Задача 2.

Компания производит только один товар. Основные показатели базового периода представлены ниже.

Показатель	Фактическое значение
Цена реализации единицы продукции	330
Переменные издержки на единицу продукции	210
Совокупные постоянные издержки	215 000
Прибыль	300 000

Уровень прибыли признан неприемлемым, в связи с этим были разработаны альтернативные предложения:

- 1) снизить цену реализации на 10 %;
- 2) повысить цену реализации на 8 %.

Рассчитайте годовую прибыль по каждому предложению, если коэффициент эластичности спроса по цене данного товара равен (-2). Обратите внимание на то, что каждое предложение является независимым.

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.

1.Задание – подготовить ответы на вопросы к опросу.

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.

Требования к выполнению данного задания:

Подготовить ответы на вопросы к опросу.

Порядок выполнения задания:

Необходимо заранее изучить методические рекомендации по подготовке к опросу. Обратить внимание на цель занятия, на основные вопросы для подготовки к занятию на содержание темы занятия.

Форма контроля – оценка подготовленного обучающимся конспекта и отчет, включающий:

- проверка конспекта;
- заслушивание и обсуждение вопросов в аудитории на семинарском занятии.

Требования к оформлению задания:

Составить конспект по опросу, включив в него тему работы, краткое изложение теоретической части, схематичные рисунки, указать ход выполнения работы, представить письменные ответы по поставленным вопросам.

2.Задание – решите ситуационные задачи

Задача 1. Фирме необходимо определить цену электродвигателя с основным параметром (мощностью) 20 кВт. В качестве базового изделия принимается электродвигатель мощностью 15 кВт по цене 21 000 руб. Все прочие технико-экономические показатели обоих электродвигателей одинаковы.

Задача 2. Определите цену нового товара (холодильника), вводимого на рынок, балловым методом, если цена базового товара 10 000 руб. Для этого необходимо:

1. Определить перечень показателей для экспертной оценки товара.
2. Экспертным путем проранжировать все показатели по их «весу»; при этом сумма всех «весов» должна быть равна единице.
3. Выполнить экспертную оценку базового и нового товара в баллах. Шкала оценки – 10 баллов.
4. Рассчитать товарную оценку товаров в баллах как произведение «веса» показателя на его балльную оценку.
5. Определить балльные коэффициенты базового и нового товаров.
6. Определить цену нового товара.

Выполнение этого задания рекомендуется проводить на примере конкретного товара, балльную оценку которого могут дать студенты, выступающие в качестве экспертов. При этом самостоятельно определяется перечень оцениваемых показателей и выполняется их ранжирование по весу.

Задача 3. Необходимо определить: а)

оптовую цену предприятия;

б) прибыль предприятия в расчете на одно изделие Исходные данные:

- розничная цена изделия – Цроз – 200 руб.;
- налог на добавленную стоимость – НДС – 40 руб.;
- наценка посреднической организации – Нопт – 20 руб.; – торговая скидка – Тск – 15% к розничной цене; – полная себестоимость изделия – Спол – 90 руб.

Требования к выполнению данного задания:

Подготовить ответы на вопросы к опросу. **Порядок выполнения задания:**

Необходимо заранее изучить методические рекомендации по подготовке к опросу. Обратить внимание на цель занятия, на основные вопросы для подготовки к занятию на содержание темы занятия.

Форма контроля – оценка подготовленного обучающимся конспекта и отчет, включающий:

- проверка конспекта;
- заслушивание и обсуждение вопросов в аудитории на семинарском занятии.

Требования к оформлению задания:

Составить конспект по опросу, включив в него тему работы, краткое изложение теоретической части, схематичные рисунки, указать ход выполнения работы, представить письменные ответы по поставленным вопросам.

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.

1.Задание – подготовить ответы на вопросы к опросу.

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 цен
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?

2.Задание – решать ситуационные задачи

Задача 1. На основе исходных данных необходимо определить:

- оптовую цену предприятия;
- розничную цену;
- структуру розничной цены.

Исходные данные:

- полная себестоимость изделия – 40 руб.;
- уровень рентабельности затрат – 18 %;
- налог на добавленную стоимость – 6 руб.; □ наценка посреднических организаций – 5 руб

Задача 2. Определить отпускную цену единицы продукции (флакона духов), не облагаемой акцизом, при условиях:

- при изготовлении продукции используется спирт, имеющий фактическую себестоимость (спирт производится на данном предприятии) 5 руб. за 1 дал (1 декалитр = 10 л);
- ставка акциза на спирт составляет 90% от отпускной цены без НДС;

- для изготовления одного флакона духов требуется 15 мл спирта;
- затраты на изготовление одного флакона духов (без затрат на производство спирта с учетом акциза), составляют 2 руб. 85 коп.;
- уровень рентабельности к себестоимости принят в размере 25%.

Задача 3. Фирма на условиях скользящих цен получила заказ на поставку оборудования. Дата получения заказа – 2003 год, срок поставки – 2004 год. Предложенные поставщиком условия скольжения определяют следующую раскладку цены на составляющие:

- стоимость материалов – 50%;
- стоимость рабочей силы – 25%; □ постоянные расходы – 25%.

Предполагается, что за 2000–2001 гг. цены на материалы возрастут на 17%, а ставки номинальной заработной платы повысились в машиностроении на 25%. Приняв базисную цену за 100 условных единиц, необходимо определить процент повышения (скольжения) цены.