

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНЖЕНЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе

_____ Василенко В.Н.
(подпись) (Ф.И.О.)

«25» мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

Направление подготовки

38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль)

Управление бизнесом и маркетинговые технологии в сфере товарного обращения

Квалификация выпускника

бакалавр

Воронеж

1. Цели и задачи дисциплины

1. Целью освоения дисциплины (модуля) «Ценообразование и ценовая политика» является формирование компетенций обучающегося в области профессиональной деятельности и сфере профессиональной деятельности:

08 Финансы и экономика (в сферах: исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений на микроуровне и макроуровне в экспертно-аналитических службах (центрах экономического анализа, правительственном секторе, общественных организациях); производства продукции и услуг, включая анализ спроса на продукцию и услуги, и оценку их текущего и перспективного предложения, продвижение продукции и услуг на рынок, планирование и обслуживание финансовых потоков, связанных с производственной деятельностью; кредитования; страхования, включая пенсионное и социальное; операций на финансовых рынках, включая управление финансовыми рисками; внутреннего и внешнего финансового контроля и аудита, финансового консультирования; консалтинга).

40 Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сферах: обеспечение качества и соответствия продукции (работ, услуг) условиям поставок и договоров для удовлетворенности потребителей и повышения конкурентоспособности продукции (работ, услуг) и организации в целом).

Дисциплина направлена на решение задач профессиональной деятельности следующих типов: расчетно-экономический.

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень образования - бакалавриат).

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	ПКв-2	Способен осуществлять сбор и обработку данных для определения ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг	ИД1 _{ПКв-2} – Осуществляет сбор, мониторинг и обработку исходных данных для определения ценообразующих факторов

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (показатели оценивания)
ИД1 _{ПКв-2} – Осуществляет сбор, мониторинг и обработку исходных данных для определения ценообразующих факторов	Знает: основные положения законодательных актов РФ, регламентирующих порядок ценообразования в торговых предприятиях
	Умеет: выбирать метод ценообразования, устанавливать окончательную цену на товары и услуги.
	Владеет: навыками оценки и выбора ценовых стратегий торговых предприятиях

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы обязательной части по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень образования бакалавриат), направленность/профиль «Управление бизнесом и маркетинговые технологии в сфере товарного обращения».

Изучение дисциплины «Ценообразование и ценовая политика» основано на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении обучающимися дисциплин: Бизнес-проектирование в коммерческой деятельности, Организация, технология и

проектирование торговых предприятий, Учет в торговой организации, Рынок и рыночная инфраструктура, Управление маркетинговой деятельностью организации, Маркетинговые исследования рынка и поведение потребителей, Ценообразование и ценовая политика, Экономический анализ маркетинговых решений, Стратегический маркетинг, Стратегический анализ рынка.

Дисциплина «Ценообразование и ценовая политика» является предшествующей для проведения практической подготовки, дисциплин: Производственная практика (торгово-экономическая) практика), Производственная практика (преддипломная практика), выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Интернет маркетинг, Инновационный маркетинг.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

Виды учебной работы	Всего академических часов	Распределение трудоемкости по семестрам, ак. ч
		8 семестр
		акад. ч
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа в т.ч. аудиторные занятия:	49,3	49,3
Лекции	24	24
Практические занятия (ПЗ)	24	24
в том числе в форме практической подготовки	24	24
Консультации текущие	1,2	1,2
<i>Виды аттестации (зачет)</i>	0,1	0,1
<i>Самостоятельная работа:</i>	58,7	58,7
Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	20	20
Подготовка к практическому занятию	20	20
Подготовка к тестированию	8,7	8,7
Подготовка реферата	10	10

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1 Содержание разделов дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (указываются темы и дидактические единицы)	Трудоемкость раздела, ак.ч
4 семестр			
1	Основы ценообразования в торговле	Факторы, влияющие на ценообразование торговых предприятий. Формирование цен в сфере оптовой и розничной торговли.	36
2	Методология ценообразования торговой организации	Методы ценообразования в торговле. Ценообразование и система налогообложения. Особенности ценообразования в торговле. Реализация и совершенствование ассортиментной политики торговой организации.	70,7
	Консультации текущие		1,2
	Зачет		0,1

5.2 Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции, ак. ч	ПР, ак. ч	СРО, ак. ч
4 семестр				
1	Основы ценообразования в торговле	8	8	20
2	Методология ценообразования торговой организации	12	12	38,7
	Консультации текущие		1,2	
	Зачет		0,1	

5.2.1 Лекции

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тематика лекционных занятий	Трудоемкость, ак. ч
4 семестр			
1	Основы ценообразования в торговле	Факторы, влияющие на ценообразование торговых предприятий.	4
		Формирование цен в сфере оптовой и розничной торговли.	4
2	Методология ценообразования торговой организации	Методы ценообразования в торговле.	4
		Ценообразование и система налогообложения.	4
		Особенности ценообразования в торговле. Реализация и совершенствование ассортиментной политики торговой организации.	4

5.2.2 Практические занятия (семинары)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость, ак. ч
8 семестр			
1	Основы ценообразования в торговле	Цена как инструмент комплекса маркетинга.	4
		Формирование стратегии маркетингового ценообразования в торговле	4
2	Методология ценообразования торговой организации	Методы ценообразования в торговле.	4
		Ценообразование и система налогообложения.	4
		Особенности маркетингового ценообразования в торговле. Реализация и совершенствование ассортиментной политики торговой организации.	4

5.2.3 Лабораторный практикум – не предусмотрен

5.2.4 Самостоятельная работа обучающихся

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид СРО	Трудоемкость, ак. ч
1	Основы ценообразования в торговле	Проработка материалов по конспекту лекций	5
		Проработка материалов по учебнику	10
		Подготовка к практическому занятию	5
2	Методология ценообразования торговой организации	Проработка материалов по конспекту лекций	10
		Проработка материалов по учебнику	10
		Подготовка к практическому занятию	8,7
		Подготовка реферата	10

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Для освоения дисциплины обучающийся может использовать:

6.1 Основная литература Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для вузов / Д. О. Ямпольская. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 193 с. — URL:

<https://urait.ru/bcode/515453>

Мичурина, Ф. З. Ценообразование : учебное пособие / Ф. З. Мичурина. — Пермь : ПГАТУ, 2021. — 119 с. —// Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/199118>

6.2 Дополнительная литература:

Маркетинговое ценообразование: учебное пособие / Л. В. Алексахина. — Керчь : КГМТУ, 2020. — 65 с. — URL: <https://e.lanbook.com/book/140612>.

6.3 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

1. Ценообразование в маркетинге [Электронный ресурс]: методические рекомендации для самостоятельной работы студентов / Черемушкина И.В./ ВГУИТ, Кафедра торгового дела и товароведения. – Воронеж, 2022.

6.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
<i>«Российское образование» - федеральный портал</i>	http://www.edu.ru/index.php
<i>Научная электронная библиотека</i>	http://www.elibrary.ru/defaulttx.asp?
<i>Федеральная университетская компьютерная сеть России</i>	http://www.runnet.ru/
<i>Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»</i>	http://www.window.edu.ru/
<i>Электронная библиотека ВГУИТ</i>	http://biblos.vsuet.ru/megapro/web
<i>Сайт Министерства науки и высшего образования РФ</i>	http://minobrnauki.gov.ru
<i>Портал открытого on-line образования</i>	http://npoed.ru
<i>Информационно-коммуникационные технологии в образовании. Система федеральных образовательных порталов</i>	http://www.ict.edu.ru/
<i>Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «ВГУИТ»</i>	http://education.vsuet.ru
<i>Официальный сайт Росстата</i>	http://rosstat.gov.ru

6.5 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При изучении дисциплины используется программное обеспечение и информационные справочные системы:

информационная среда для дистанционного обучения СЭО «ЗКЛ».

При освоении дисциплины используется лицензионное и открытое программное обеспечение – ОС Windows.

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения лекционных и практических занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения (мультимедийными проекторами, настенными экранами, интерактивными досками, ноутбуками, досками, рабочими местами по количеству обучающихся, рабочим местом преподавателя) – ауд. 407, 426 или иные в соответствии с расписанием.

Допускается использование других аудиторий в соответствии с расписанием учебных занятий и оснащенных соответствующим материально-техническим обеспечением, в соответствии с требованиями, предъявляемыми образовательным стандартом.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к базам данных и электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО «ВГУИТ» – ауд. 427а, ресурсный центр ВГУИТ.

8 Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценочные материалы (ОМ) для дисциплины (модуля) включают в себя:

- перечень компетенций с указанием индикаторов достижения компетенций, этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.

ОМ представляются отдельным комплектом и входят в состав рабочей программы дисциплины (модуля) в виде приложения.

Оценочные материалы формируются в соответствии с П ВГУИТ «Положение об оценочных материалах».

ПРИЛОЖЕНИЕ

к рабочей программе

1. Организационно-методические данные дисциплины для очно-заочной и заочной форм обучения

1.1 Объемы различных форм учебной работы и виды контроля в соответствии с учебным планом

Виды учебной работы	Всего академических часов	Распределение трудоемкости по семестрам, ак. ч
		8 семестр акад. ч
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
<i>Контактная работа в т.ч. аудиторные занятия:</i>	20,5	20,5
Лекции	8	8
Практические занятия (ПЗ)	12	12
в том числе в форме практической подготовки	12	12
Консультации текущие	0,4	0,4
<i>Виды аттестации (зачет)</i>	0,1	0,1
<i>Самостоятельная работа:</i>	87,5	87,5
Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	30	30
Подготовка к практическому занятию	30	30
Подготовка к тестированию	17,5	17,5
Подготовка реферата	10	10

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

1. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	ПКв-2	ПКв-2 Способен осуществлять сбор и обработку данных для определения ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг	ИД1 _{ПКв-2} – Осуществляет сбор, мониторинг и обработку исходных данных для определения ценообразующих факторов

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (показатели оценивания)
ИД1 _{ПКв-2} – Осуществляет сбор, мониторинг и обработку исходных данных для определения ценообразующих факторов	Знает: основные положения законодательных актов РФ, регламентирующих порядок ценообразования в торговых предприятиях
	Умеет: выбирать метод ценообразования, устанавливать окончательную цену на товары и услуги.
	Владеет: навыками оценки и выбора ценовых стратегий торговых предприятий

2. Паспорт оценочных материалов по дисциплине

№ п/п	разделы/темы дисциплины	Индекс контролируемой компетенции	Оценочные материалы		Технология оценки (способ контроля)
			наименование	№№ заданий	
1	Основы учетной деятельности торговых предприятий	ПКв-2	Тест	1-21	Компьютерное тестирование (процентная шкала)
			Собеседование (решение задач) Реферат	22-24; 44-56	Проверка преподавателем (Уровневая шкала)
			Собеседование (вопросы к зачету)	75-95	Проверка преподавателем (Уровневая шкала)
2	Организация учетной деятельности в торговых предприятиях		Тест	25-39	Компьютерное тестирование (процентная шкала)
			Собеседование (решение задач) Реферат	40-43; 57-74	Проверка преподавателем (Уровневая шкала)
			Собеседование (вопросы к зачету)	96-110	Проверка преподавателем (Уровневая шкала)

3. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной.

3.1 Тесты (тестовые задания)

ПКв-2 Способен осуществлять сбор и обработку данных для определения ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг (ИД1_{ПКв-2} – Осуществляет сбор, мониторинг и обработку исходных данных для определения ценообразующих факторов)

№ задания	Тестовое задание
A (на выбор одного правильного ответа)	
1	В какую сторону цена может отклоняться от стоимости товара: <ul style="list-style-type: none"> • цена всегда выше стоимости • цена всегда равна стоимости

	<ul style="list-style-type: none"> • цена может быть выше или ниже стоимости+ • цена не может отклоняться от стоимости ни при каких условиях 																
2	<p>Когда потолок цен на товары и услуги устанавливается ниже равновесной цены, возникает ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Дефицит+ • избыток • изменение предложения • изменения объема продаж 																
3	<p>Верхняя граница цены определяется ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • затратами и максимальной прибылью • спросом+ • суммой внешних и внутренних затрат 																
4	<p>Государственное регулирование цен на отдельные товары отражает выполнение ценами функции:</p> <ul style="list-style-type: none"> • распределительной • регулирующей+ • стимулирующей • учетно-измерительной 																
5	<p>Затратный подход к ценообразованию основан на учёте ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • всех фактических затрат на производство и сбыт товаров+ • зависит от спроса населения на товар • постоянных затрат на производство товара • прямых затрат на производство товара 																
6	<p>Основной метод установления цен в торговле:</p> <ul style="list-style-type: none"> • «снятия сливок» • захват потребительского излишка • максимум прибыли • обеспечение безубыточности • средние затраты плюс прибыль + 																
Б (на выбор нескольких правильных)																	
7	<p>Виды цен в зависимости от территории действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • единые+ • зональные • контрактные • местные+ 																
8	<p>Пути снижения затрат торговых организаций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • переход на другую систему уплаты налогов • применение ресурсосберегающих технологий+ • снижение производительности труда • снижение трудоемкости продукции+ 																
9	<p>Статьи калькуляции расчётной базы цены, относящиеся к прямым расходам торговой организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • коммерческие расходы • общехозяйственные расходы • сырьё и материалы+ • топливо и энергия на технологические цели+ 																
10	<p>Тарифы как цены на услуги могут быть ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • макроэкономическими • маржинальными • оптовыми+ • розничными+ 																
В (на сопоставление)																	
11	<p>В торговых организациях цены делятся на несколько видов:</p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>оптовая</td> <td>А</td> <td>характерна для штучной продажи;</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>розничная</td> <td>Б</td> <td>устанавливается при реализации продукции крупными партиями;</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>свободная</td> <td>В</td> <td>может быть установлена только продавцом;</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>контролируемая</td> <td>Г</td> <td>цена, размер которой контролируется государством, либо иными органами;</td> </tr> </table>	1	оптовая	А	характерна для штучной продажи;	2	розничная	Б	устанавливается при реализации продукции крупными партиями;	3	свободная	В	может быть установлена только продавцом;	4	контролируемая	Г	цена, размер которой контролируется государством, либо иными органами;
1	оптовая	А	характерна для штучной продажи;														
2	розничная	Б	устанавливается при реализации продукции крупными партиями;														
3	свободная	В	может быть установлена только продавцом;														
4	контролируемая	Г	цена, размер которой контролируется государством, либо иными органами;														

	5	покупная	Д стоимость приобретения товара;
	6	договорная	Е цена, которая сформировалась в ходе ее обсуждения покупателем и продавцом
	Ответ 1Б,2А,3В,4Г, 5Д, 6Е		
12	Характеристика основных определений, характерных для торговых организаций		
	1	Цена –	А основывается на затратах рабочей силы, средств труда и времени работников на создание продукта, на ее основе строится прибавочная стоимость
	2	Стоимость –	Б это конкретная сумма денег, которую продавец желает получить, а покупатель готов заплатить за единицу товара или услуги, т. е. выраженная в деньгах стоимость.
	3	Трудовая стоимость –	В это ценность продукта или величина затрат на производство товара / его закупку, а также хранение, транспортировку, реализацию и другие сопутствующие расходы, которые несет продавец, без учета выручки от продажи..
	Ответ 1Б,2В,3А		
13	Виды (формы) продаж в торговле:		
	1	Контрактные (по договору).	А Цены выставок и ярмарок, как правило, пониженные, для привлечения покупателей к товару.
	2	Выставочные.	Б Фактические цены, установленные договоренностью продавца и покупателя.
	3	Выставочные.	В Цены товаров, реализуемых на аукционе.
	4	Аукционные.	Г Выставочные. Котировки, уровни цены продукта, реализуемого через биржу.
	Ответ 1Б,2А,3Г,4В		
14	Функции цены:		
	1	Информационная функция цены.	А Состоит в том, что посредством цены происходит распределение и перераспределение части дохода между отраслями экономики, формами собственности, социальными группами населения.
	2	Распределительная функция цены	Б Цена на товары служит информацией о конъюнктуре рынка, а также характеризует затраты на производство и реализацию продукции.
	3	Стимулирующая функция цены	В Суть этой функции заключается в том, что цена является денежным выражением стоимости и показывает, во что обходится обществу удовлетворение конкретной потребности в той или иной продукции.
	4	Функция сбалансирования спроса и предложения.	Г Если спрос превышает предложение, то на рынке возникает дефицит товара и цены повышаются. И наоборот, если предложение превышает спрос, то на рынке заметно перепроизводство товара и цены снижаются.
	5	Учётная функция.	Д Эта функция состоит в том, что посредством цены осуществляется перелив капитала из одного сектора экономики в другой.
	Ответ 1Б,2А,3Г,4В, 5Д		
Д (расположить в правильном порядке)			
15	Сущность методов ценообразования заключается в последовательном прохождении следующих стадий: а) Определение себестоимости продукции и путей ее уменьшения. 3 б) Оценить спрос, выяснив, насколько цены на товар эластичны (то есть, каков будет спрос на них при установлении тех или иных цен). 2 в). Изучение ассортимента товаров, поставляемых на рынок конкурентами, и цен на них. 4 г) Выявление цели определения стоимости. 1		
16	Этапы ценообразования (указать в нужном порядке)		

	а) анализ факторов, влияющих на ценообразование; 2 б) постановка целей ценообразования; 1 в) установление цен; 5 г) определение стратегии ценообразования; 4 д) выбор способа ценообразования; 3																					
17	Сущность методов ценообразования заключается в последовательном прохождении следующих стадий: 1. Оценка спроса. 2 2. Выявление цели определения стоимости. 1 3. Определение себестоимости продукции и путей ее уменьшения. 3 4. Изучение ассортимента товаров, поставляемых на рынок конкурентами, и цен на них. 4																					
18	Определите последовательность формирования розничной цены на товар: прибыль производителя 2 торговая наценка ритейлера 6 акцизный сбор 3 НДС 4 себестоимость изготовления продукта 1 сбытовую надбавку оптового посредника 5																					
Е Вставить пропущенные слова																						
19	Если рыночная цена ниже равновесной, то: возникает дефицит товаров. Ответ введите в родительном падеже с маленькой буквы. Ответ дефицит																					
20	_____ – это разница между отпускной ценой и себестоимостью, в нее заложены затраты на реализацию товара. Ответ . Наценка																					
21	<i>Ценообразование называется _____, если оно направлено на достижение выгодного для торгового предприятия соотношения затраты/ценность</i> Ответ введите с маленькой буквы. Ответ ценностным																					
Задачи																						
22	Используя данные, приведенные в таблице, определите равновесную цену, рассчитайте общую выручку торгового предприятия. <table border="1" data-bbox="306 1176 1469 1400"> <thead> <tr> <th>Цена P, руб.</th> <th>Спрос Q, тыс. шт.</th> <th>Предложение Q, тыс. шт.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>10</td> <td>–</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>20</td> <td>–</td> </tr> <tr> <td>3,5</td> <td>–</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>30</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>2,5</td> <td>40</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>–</td> <td>10</td> </tr> </tbody> </table> Ответ . Равновесная цена равна 3 руб. Общая выручка составит 140 руб	Цена P, руб.	Спрос Q, тыс. шт.	Предложение Q, тыс. шт.	5	10	–	4	20	–	3,5	–	40	3	30	30	2,5	40	20	2	–	10
Цена P, руб.	Спрос Q, тыс. шт.	Предложение Q, тыс. шт.																				
5	10	–																				
4	20	–																				
3,5	–	40																				
3	30	30																				
2,5	40	20																				
2	–	10																				
23	Определить оптовую цену торгового предприятия при условии, что полная себестоимость изделия составляет 350 руб., а норма прибыли 30%, НДС 10%: Решение: $350 + (350 \times 0,3) + 45$ Ответ 500																					
24	Полные затраты на реализацию товара составляют 3000 руб., норма рентабельности 15%. Найти цену товара. Решение: Цена товара составит 3450 руб. = $3000 \times (1 + 0,15)$.																					
А (на выбор одного правильного ответа)																						
25	Функциональный баланс торговой организации показывает: а) качество управления активами компании; б) средства и их источники в каждом из трех циклов хозяйственной деятельности предприятия на определенный момент времени; с) качество источников формирования имущества предприятия. Ответ б																					
26	При падении объема продаж в натуральных единицах: а) рентабельность продаж увеличивается; б) рентабельность продаж снижается; с) не изменяется. Ответ б																					
27	На чем основан прямой метод расчета потока денежных средств в торговле: а) основан на анализе движения денежных средств по счетам предприятия; б) основан на анализе статей баланса и отчета о финансовых результатах;																					

	<p>с) основан на анализе статей отчета о прибылях и убытках;</p> <p>d) основан на анализе движения денежных средств по отделам, бригадам, цехам предприятия;</p> <p>e) нет верного ответа.</p> <p>Ответ а</p>
28	<p>При прочих равных условиях денежный поток от текущей деятельности торговой организации тем больше, чем:</p> <p>a) больше чистая прибыль, меньше амортизация;</p> <p>b) больше чистая прибыль, больше амортизация;</p> <p>c) меньше чистая прибыль, больше амортизация;</p> <p>d) меньше чистая прибыль, меньше амортизация.</p> <p>Ответ b</p>
29	<p>Погашение займов в рамках финансовой деятельности ведет к:</p> <p>a) оттоку денежных средств;</p> <p>b) притоку денежных средств;</p> <p>c) не ведет к изменению денежных средств.</p> <p>Ответ а</p>
Б (на выбор нескольких правильных)	
30	<p>Источниками собственных средств торгового предприятия являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Прибыль; + ▪ Уставный капитал; + ▪ Кредиты банков; ▪ Кредиторская задолженность.
31	<p>Информацию в бухгалтерском учете получают с помощью измерителей:</p> <ul style="list-style-type: none"> • натурального; + • трудового; + • денежного; + • стоимостного.
32	<p>Внешние пользователи бухгалтерской информации торговой организации- это:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Собственники предприятия; ▪ Администрация; ▪ Менеджеры; ▪ Банки; + ▪ Поставщики; + ▪ Профсоюзы. +
33	<p>Налоговые вычеты бывают:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Стандартные; + ▪ Имущественные; + ▪ Профессиональные; + ▪ Научные; ▪ Социальные. +
34	<p>В состав годовой бухгалтерской отчетности торгового предприятия включаются:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Бухгалтерский баланс; + ▪ Отчет о прибылях и убытках; + ▪ Отчет о движении капитала; + ▪ Отчет о движении денежных средств; + ▪ Отчет о затратах на производство; ▪ Приложение к балансу; + ▪ Отчет о производстве продукции.
В (вставить пропущенные слова)	
35	<p>Анализ безубыточности (Break–even analysis) – финансовый анализ с целью определения той точки, в которой _____ равны валовой выручке торговой организации. В результате компания стремится установить цену, которая обеспечит ей желаемый объем прибыли.</p> <p>Ответ: затраты</p>
36	<p>Доля рынка - это процент от общей _____ или продаж на рынке, который составляет бизнес торгового предприятия.</p> <p>Ответ: выручки</p>
37	<p>Экономический эффект стимулирования продаж представляет собой _____ доход от реализации мероприятий, направленных на стимулирование сбыта.</p> <p>Ответ: маржинальный</p>
38	<p>Экономический эффект стимулирования продаж рассчитывается как разность между _____, которую торговая организация получает в результате</p>

	дополнительного _____, вызванного стимулирующим воздействием, и _____, которые она на оказание этого воздействия понесла. Ответ: соответственно - прибылью, товарооборота, расходами
39	Под _____ подразумевают движение служебных документов на предприятии с момента их создания или получения до завершения исполнения или отправки. Ответ: документооборотом
Решить задачи	
40	Предположим, что нам известна розничная цена, она равна 15 руб. при известной торговой наценки в 20% и оптовой снабженческо-сбытовой надбавки в 15% нам нужно определить цену оптовую отпускную. Решение: Расчёт произведём следующим образом: 15: 120 x 100 = 12,50 руб.- цена оптовой закупки. 12,50: 115 x 100 = 10,86 руб. – цена оптовая отпускная. или 15 руб. : 1,2 : 1,15 = 10,86 руб. – цена оптовая отпускная.
41	Предположим, продавец, затратив на приобретение товара 25000 руб., хотел бы получить от его продажи торговую скидку 15%. Какую цену продажи надо назначить? Решение: Тогда он должен назначить цену продажи 29412 руб. = 25000 x 100 / (100-15).
42	Магазину предложили товар, за который поставщик хотел бы получить 8 тыс. руб. Торговая скидка, которую хотел бы иметь магазин – 20%. По какой цене магазин будет продавать товар? Решение. $P_1 = \frac{P_F \times 100}{100 - M_{\text{сп}}} = \frac{8000 \times 100}{100 - 20} = 10000 \text{ руб.}$
43	Оптовая отпускная цена с НДС 1 шт. товара равна 10,86 руб., снабженческо-сбытовая надбавка 15%, торговая наценка – 20%. Определите розничную цену товара. Решение: розничная цена товара составит: 15 руб. = 10,86 + 10,86 x 0,15 + (10,86 + 10,86 x 0,15) x 0,2

3.2 Рефераты

ПКВ-2 Способен осуществлять сбор и обработку данных для определения ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг (ИД1 ПКВ-2 – Осуществляет сбор, мониторинг и обработку исходных данных для определения ценообразующих факторов)

№ задания	Тематика рефератов
44	Цены и их роль в координации рынка
45	Ценовая политика торгового предприятия
46	Основы формирования ценовой стратегии торгового предприятия
47	Ценовые стратегии, их виды и классификация
48	Этапы разработки ценовой стратегии в сфере торговли
49	Ценообразование и инфляция
50	Рыночный монополизм и ценообразование
51	Затратное ценообразование, его преимущества и недостатки
52	Учет затрат при формировании цен
53	Методы затратного ценообразования в деятельности торговых организаций
54	Формирование цен с учетом конкуренции в торговле
55	Пассивное ценообразование
56	Ценообразование и стимулирование продаж торговых организаций
57	Косвенные налоги как элементы цены товара
58	Виды цен и их классификация
59	Формирование свободных цен, порядок их применения
60	Государственное регулирование ценообразования
61	Современные методические подходы к анализу типовой структуры оптовой и розничной цены.
62	Направления исследования факторов, определяющие наличие, соотношение и число структурных элементов конкретной цены в сфере торговли
63	Сущность транспортных расходов и подходов к их учету как компонента цены.
64	Содержание, структура и учет затрат на хранение и налоги в структуре цены.
65	Виды налогов и влияние их на уровень цен в условиях российского (зарубежного) законодательства.
66	Сущность и виды скидок и наценок в торговле

67	Направления анализа условий, определяющих важность ценовых решений в торговле
68	Анализ влияния изменений экономической и конкурентной среды на стратегическую роль цены.
69	Проблемы и методики анализа гибкости цены как важнейшей характеристики современного ценового маркетинга торгового предприятия
70	Экономические механизмы и маркетинговые технологии адаптации цен к условиям конкретного рынка
71	Проблемы страхования цены
72	Проблемы определения пороговых значений цены
73	Направления анализа различных источников сбора ценовой информации
74	Современные методы прогнозирования цен

3.3 Вопросы к зачету

3.3.1 ПКв-2 Способен осуществлять сбор и обработку данных для определения ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг (ИД1_{ПКв-2} – Осуществляет сбор, мониторинг и обработку исходных данных для определения ценообразующих факторов)

№ задания	Формулировка вопроса
75	Сущность, принципы и функции ценообразования
76	Теория трудовой стоимости в ценообразовании
79	Нормативно-параметрический метод ценообразования
77	Эконометрические методы ценообразования –балловый и корреляционно-регрессионный
78	Эконометрические методы ценообразования –метод удельных показателей
79	Роль цены в деятельности предприятий торговли.
80	Формирование отпускной цены как фактора ценообразования торговых предприятий: характеристика и расчет.
81	Цена в оптовой торговле: состав, характеристика элементов цены и их расчет.
82	Оптовая надбавка: назначение, обоснование, включение в цену.
83	Состав розничной цены в зависимости от системы налогообложения и каналов поступления товаров на предприятие торговли.
84	Торговая надбавка, порядок ее экономического обоснования и включения в цену.
85	Косвенные налоги как элемент цены, порядок их включения в цены в торговле.
86	Понятие и содержание параметрических методов ценообразования, условия их применения.
87	Классификация товаров и их характеристик с точки зрения ценообразования.
88	Характеристика и условия использования метода сравнения удельных показателей.
89	Характеристика и условия использования метода балльных параметрических оценок
90	Характеристика и условия использования баллового метода.
91	Характеристика и условия использования метода корреляционно-регрессионного анализа и агрегатного.
92	Процесс установления окончательной цены в торговле
93	Роль цены в различных экономических системах
94	Отличительные черты формирования цены в рыночной экономике от ценообразования в планово-административной экономике.
95	Обоснование цены в каналах сбыта. Экономическое содержание оптовых и розничных торговых надбавок (скидок)
96	Метод структурной аналогии и агрегатный при определении цен
97	Методика ценообразования «по уровню текущих цен» (обратного счета).
98	Методика ценообразования «по ощущаемой ценности товара»: порядок определения и особенности применения
99	Методика ценообразования «по ощущаемой ценности товара»: порядок определения и особенности применения
100	Определение цен на основе опроса экспертов и теста «цена –готовность купить»
101	Определение цен на основе тестов «цена –реакция покупателей» и «оценка намерений о покупке»
102	Определение цен на основе модели «лестница цен» и теста «класс цены».
103	Методика тендерного ценообразования (на торгах)
104	Поэлементный состав цены. Обоснование сумм прибыли, включаемых в цены
105	Особенности ценообразования на продукцию общественного питания
106	Значение и методы регулирования цен в торговле.
107	Классификация факторов, влияющих на формирование рыночной цены.
108	Характеристика внешних общих макрофакторов ценообразования и их влияние на цены
109	Механизм проявления действия функций и их взаимосвязь
110	Функции рыночной цены: их характеристика

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Процедуры оценивания в ходе изучения дисциплины знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, регламентируются положениями:

- П ВГУИТ 2.4.03 Положение о курсовых, экзаменах и зачетах;
- П ВГУИТ 4.1.02 Положение о рейтинговой оценке текущей успеваемости.

Для оценки знаний, умений, навыков обучающихся по дисциплине применяется рейтинговая система. Итоговая оценка по дисциплине определяется на основании определения среднеарифметического значения баллов по каждому заданию.

5. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания для каждого результата обучения по дисциплине

Результаты обучения по этапам формирования компетенций	Предмет оценки (продукт или процесс)	Показатель оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	Шкала оценивания	
				Академическая оценка или баллы	Уровень освоения компетенции
ПКв-2 Способен осуществлять сбор и обработку данных для определения ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик влияющих на стоимость товаров, работ, услуг (ИД1 _{ПКв-2} – Осуществляет сбор, мониторинг и обработку исходных данных для определения ценообразующих факторов)					
ЗНАЕТ	основные положения законодательных актов РФ, регламентирующих порядок ценообразования в торговых предприятиях	Результаты тестирования	- даны правильные ответы менее чем на 59,99 % всех тестовых вопросов	Неудовлетворительно	Не освоена (недостаточный)
			- даны правильные ответы на 60-74,99% всех тестовых вопросов	Удовлетворительно;	Освоена (базовый)
			- даны правильные ответы на 75-84,99% всех тестовых вопросов	Хорошо;	Освоена (повышенный)
			- даны правильные ответы на 85-100% всех тестовых вопросов	Отлично	Освоена (повышенный)
		Собеседование Ответы на вопросы	обучающийся обладает частичными и разрозненными знаниями, только некоторые из которых может связывать между собой	Неудовлетворительно	Не освоена (недостаточный)
			обучающийся обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Удовлетворительно;	Освоена (базовый)
			обучающийся обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Хорошо;	Освоена (повышенный)
			обучающийся обладает системным взглядом на изучаемый объект	Отлично	Освоена (повышенный)
УМЕЕТ	выбирать метод ценообразования, устанавливать окончательную цену на товары и услуги.	Решение практических задач	обучающийся не владеет навыками выполнения заданий; не демонстрирует умений, предусмотренных планируемыми результатами обучения	Неудовлетворительно	Не освоена (недостаточный)
			обучающийся испытывает затруднения при выполнении заданий по алгоритму; демонстрирует минимальный набор умений предусмотренных планируемыми результатами обучения	Удовлетворительно;	Освоена (базовый)
			обучающийся выполняет задания с использованием алгоритма решения, при выполнении допускает незначительные ошибки и неточности, формулирует выводы; демонстрирует умения, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Хорошо;	Освоена (повышенный)

			обучающийся выполняет задания, формируя алгоритм решения, при выполнении не допускает ошибок и неточностей, формулирует выводы; демонстрирует умения, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Отлично	Освоена (повышенный)
ВЛАДЕЕТ	навыками оценки и выбора ценовых стратегий торговых предприятиях	Результаты решения задач	обучающийся не владеет навыками выполнения заданий; не демонстрирует умения, предусмотренных планируемыми результатами обучения	Неудовлетворительно	Не освоена (недостаточный)
			обучающийся испытывает затруднения при выполнении заданий по алгоритму; демонстрирует минимальный набор умений предусмотренных планируемыми результатами обучения	Удовлетворительно;	Освоена (базовый)
			обучающийся выполняет задания с использованием алгоритма решения, при выполнении допускает незначительные ошибки и неточности, формулирует выводы; демонстрирует умения, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Хорошо;	Освоена (повышенный)
			обучающийся выполняет задания, формируя алгоритм решения, при выполнении не допускает ошибок и неточностей, формулирует выводы; демонстрирует умения, предусмотренные планируемыми результатами обучения	Отлично	Освоена (повышенный)