

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Томский государственный педагогический университет»
(ТГПУ)

Утверждаю

Декан факультета экономики и управления

 И.А. Ромахина

«29» 08 2014 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б.3.В.11 ОСНОВЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СЕРВИСЕ

ТРУДОЕМКОСТЬ (в зачетных единицах) 8

Направление подготовки	100100.62 «Сервис»
Профиль подготовки	Сервис в торговле
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

1. Цели изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Основы ценообразования в сервисе» является формирование у студентов системы знаний по общим тенденциям развития экономической теории в мировой и отечественной практике; приобретение целостного представления о процессах и явлениях, происходящих в экономической жизни фирмы, общества и в мировом хозяйстве; дать анализ экономических проблем современного общества, научить обучающихся анализировать эти проблемы. Привить навыки рационального экономического поведения; овладеть системой экономических знаний и представлений о категориях и понятиях микро- макроэкономики, международной экономики; сориентировать обучающихся на систематизацию знаний современного уровня о важнейших категориях и сформировать грамотное экономическое мышление.

Осуществлять систематизацию методологических принципов при анализе экономических задач и их типологии; определение методов решения типовых проблем в экономике различного уровня; использование имеющегося опыта (отечественного и зарубежного) при анализе экономических системы и их динамики; овладеть концепцией и методологией системного подхода к управлению экономической деятельностью, рассмотрение теоретические основы формирования цены; изучение механизма формирования цен, ознакомить с факторами, влияющими на процесс формирования цен.

2. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы.

Данная дисциплина входит в раздел «Б.3.В.11 Основы ценообразования в сервисе». Б.3. Гуманитарный, социальный и экономический цикл. Вариативная часть по направлению 100100.62 Сервис.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в результате обучения в университете и освоения дисциплин «Экономическая теория», «Финансы и кредит», «Финансовый менеджмент».

2. Требования к уровню освоения программы

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- функции и основные принципы рыночного ценообразования;
- методы формирования и контроля цен;
- особенности ценообразования в различных сферах экономики;
- нормативно-правовую базу формирования, применения и контроля цен;
- организацию процесса формирования цен у изготовителей и заказчиков;
- зарубежный опыт формирования и контроля цен;

Уметь:

- рассчитывать отдельные элементы цены;
- обоснованно использовать методы ценообразования;
- анализировать политику и стратегию ценообразования изготовителей продукции;
- обоснованно отстаивать собственную позицию в области цен при формировании договора (контракта) на производство и поставку товаров;
- осуществлять контроль формирования и применения цен;
- понимать и правильно интерпретировать нормативные и правовые акты и внутренние стандарты в области ценообразования;

Владеть:

- современными приемами и способами расчета цен;
- информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен;
- конъюнктурой рынков продукции;
- способностью к адекватному реагированию на возможные изменения рыночной конъюнктуры и цен.

Данная дисциплина способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС-3 по направлению ВПО 100100.62 – Сервис:

А) общекультурные (ОК):

- способность владеть культурой мышления, целостной системой научных знаний об окружающем мире, ориентироваться в ценностях бытия, жизни, культуры (ОК-1);
- владение письменной и устной речью на русском языке, способен использовать профессионально ориентированную риторiku, методами создания текстов, осуществлять социальное взаимодействие на одном из иностранных языков (ОК-7);
- способность к социальному взаимодействию на основе принятых моральных и правовых норм, социальных стандартов; демонстрировать уважение к людям, толерантность к другой культуре, готовность к поддержанию партнерских отношений (ОК-8);
- на научной основе организация своего труда, оценка с большой степенью самостоятельности результатов своей деятельности, владение навыками самостоятельной работы (ОК-11);
- стремление к постоянному личностному развитию и повышению профессионального мастерства; с помощью коллег критически оценить свои достоинства и недостатки, делать необходимые выводы (ОК-15);
- способностью участвовать в работе над инновационными проектами, используя базовые методы исследовательской деятельности (ОК-14);
- стремлением к постоянному личностному развитию и повышению профессионального мастерства; критическому оцениванию с помощью коллег своих достоинств и недостатков, обобщению необходимых выводов (ОК-15);
- готовностью самостоятельно применять методы и средства познания, обучения и самоконтроля для приобретения новых знаний и умений, развития социальных и профессиональных компетенций, сохранения своего здоровья, нравственного и физического самосовершенствования (ОК-16);
- обладание культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, систематизации, постановке целей и выбору путей их достижения, умение логически верно, аргументировано и ясно строить свою речь (ОК-17);
- готовностью к компромиссу с потребителем по возможному варианту и требуемому качеству обслуживания (ОК-18);
- умением владеть средствами самостоятельного методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья; готовностью к достижению должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-19).

Б) профессиональные (ПК):

сервисная деятельность:

- способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями (ПК-1);
- готовностью выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности (ПК-2);
- готовностью к проведению экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса (ПК-3);
- готовностью к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса (ПК-4);
- готовностью к разработке и реализации технологии процесса сервиса, формированию клиентурных отношений (ПК-5);
- готовностью к осуществлению сквозного контроля качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых материальных ресурсов (ПК-6);

производственно-технологическая деятельность:

- готовностью внедрять и использовать современные информационные технологии в процессе профессиональной деятельности (ПК-7);
- готовностью разрабатывать и использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации работ и услуг (ПК-8);
- готовностью к обоснованию и разработке технологии процесса сервиса, выбору ресурсов и технических средств для его реализации (ПК-9);

организационно-управленческая деятельность:

- готовностью к организации контактной зоны предприятия сервиса (ПК-10);
- готовностью к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-11);
- готовностью к организации технологического процесса сервиса (ПК-12);

научно-исследовательская деятельность:

- готовностью к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности (ПК-13);
- готовностью к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов (ПК-14);
- способностью к выполнению инновационных проектов в сфере сервиса (ПК-15).

4. Общая трудоёмкость дисциплины 8 зачётные единицы и виды учебной работы:

Вид учебной работы	Трудоёмкость (час.)	Распределение по семестрам (в соответствии с учебным планом) (час.)		
		7 семестр	8 семестр	
Аудиторные занятия	120	76	44	
Лекции				
Практические занятия	120	76	44	
Семинары				
Лабораторные работы				
Другие виды аудиторных работ				
Другие виды работ				
Самостоятельная работа	141	70	71	
Курсовой проект (работа)				
Реферат				
Расчётно-графические работы				
Формы текущего контроля		тесты	тесты	
Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом		Зачет	Экзамен (27 часов)	

5. Содержание программы учебной дисциплины**5.1. Содержание учебной дисциплины**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Аудиторные часы					Самостоятельная работа
		ВСЕГО	лекции	Практические	лабораторные	В т.ч. интерактив-	

				(семина- ры)		ные формы обучения (Не менее 20%)	(час)
1	Понятие и сущность цены	15		15		4	18
2	Особенности ценообразова- ния на различных рынках	15		15		4	18
3	Требования к ценообразова- нию. Виды цен	15		15		4	18
4	Основные факторы, влияю- щие на уровень цены	15		15		4	18
5	Характеристика методов ценообразования	15		15		2	18
6	Ценовая политика	15		15		2	18
7	Система ценовых стратегий	15		15		2	18
8	Государственное регулиро- вание цен	15		15		2	15
	Итого:	120/3,3		120		24/20%	141

5.2. Содержание разделов учебной дисциплины

Тема №1. Понятие и сущность цены

Экономическая природа цены. Различные трактовки понятия цены. Теории цены. Цена как денежное выражение стоимости. Затраты труда и цены. Цена как измеритель экономических процессов. Цена и теория предельной полезности. Цена спроса и полезность товара. Равновесные цены. Особенности ценообразования в рыночных условиях. Функции цен. Эластичность спроса.

Тема №2. Особенности ценообразования на различных рынках

Особенности ценообразования в условиях совершенной конкуренции. Особенности ценообразования в условиях монополии. Основные элементы системы цен. Особенности ценообразования в условиях монополистической конкуренции. Особенности ценообразования в условиях олигополии. Виды цен. Уровень цен. Динамика цен. Структура и соотношения цен. Информация, необходимая для определения структуры цены. Соотношение цен как расчетный экономический показатель. Сферы применения показателя соотношения цен. Паритет цен.

Тема №3. Требования к ценообразованию. Виды цен

Информация, необходимая для осуществления успешной ценовой политики. Понятие системы цен. Признаки классификации цен. Общая характеристика системы цен. Динамичность системы цен. Иерархическая структура системы цен. Признаки классификации цен

Понятие методологии ценообразования. Методика ценообразования. Модель цены. Структурные элементы методологии ценообразования. Система ценообразующих факторов. Макроэкономические факторы ценообразования. Характеристика основных правил ценообразования. Алгоритм, технология ценообразования. Понятие принципов ценообразования. Определение методов ценообразования. Рыночные и расчетные методы ценообразования. Затратные методы формирования цен. Параметрические методы. Методы определения цен на основе спроса. Методы, основывающиеся на рыночной конъюнктуре. Понятие объектов ценообразования. Товары, услуги, работы, интеллектуальная собственность, природные ресурсы, информационные ресурсы, валюта, кредитные ресурсы

как объекты ценообразования. Понятие субъектов ценообразования. Производители, потребители, посредники, конкуренты, государство как субъекты ценообразования.

Тема №4. Основные факторы, влияющие на уровень цены

Факторы, способствующие снижению и росту цен. Себестоимость как основной элемент цены. Сущность себестоимости. Виды себестоимости, используемые в ценообразовании. Отчетная себестоимость. Плановая и прогнозная себестоимость. Себестоимость на единицу продукции (удельная себестоимость) и себестоимость товарной и реализованной продукции. Затраты на рубль товарной (реализованной) продукции. Структура себестоимости.

Тема №5. Характеристика методов ценообразования

Система методов ценообразования. Методы рыночного ценообразования. Условия, формирующие систему методов ценообразования; ее характерные черты. Отражение в методах ценообразования конкретных элементов цены. Методы ценообразования на различных стадиях жизненного цикла товара. Классификация методов ценообразования, причины и необходимость.

Основные виды группировки методов ценообразования. Затратные методы определения цены; их разновидность, условия применения. Параметрические методы ценообразования; их разновидность, условия применения. Методы потребительской оценки; их разновидности.

Тема №6. Ценовая политика

Сущность политики цен организации. Виды ценовой политики. Факторы, влияющие на выбор политики цен. Цели ценовой политики организации и способы ее достижения. Организационные принципы и этапы разработки ценовой политики.

Тема №7. Система ценовых стратегий

Сущность ценовой политики. Ценовая политика и ценовые стратегии; область соподчиненности. Условия применения ценовых стратегий. Определение главной цели ценовых стратегий. Классификация ценовых стратегий. Стратегия нейтрального ценообразования. Стратегия агрессивного ценообразования. Стратегия конкурентного ценообразования. Виды рыночных ценовых стратегий. Технология разработки ценовых стратегий. Необходимая информация для формирования ценовых стратегий. Сбалансирование интересов производителя и потребителя в ценовой стратегии. Связь методов определения цен и ценовых стратегий.

Тема №8. Государственное регулирование цен.

Система нормативно-правовых актов, регулирующих ценообразование в условиях рыночной экономики. Взаимосвязь нормативных актов по вопросам цен. Порядок установления и применения цен, отраженный в нормативных актах. Ответственность за нарушение процесса ценообразования.

5.3. Лабораторный практикум.

Лабораторный практикум не предусмотрен

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

а) Основная:

1. Абрютин М.С. Ценообразование в рыночной экономике: Учебник – М.: "Дело и Сервис", 2012.
2. Бутакова М.М.. Практикум по ценообразованию: Учеб. Пособие /– М.: КНОРУС, 2008.
3. Герасименко В.В.. Управление ценовой политикой компании: Учебник / – М.: Экспо, 2006.
4. Ценообразование: Учебник / под ред. В.А. Слепова. – М.: Экономистъ, 2005.
5. Цены и ценообразование: Учебно-методическое пособие для дистанционной формы обучения / – М.: РЭА им. Г.В. Плеханова, 2012.
6. Ценообразование в сфере государственных закупок: Учебник / подред. Наумова В.В. – М.: Экономист, 2008

б) Дополнительная:

1. Андреев Г.И. Практикум по оценке интеллектуальной собственности. – М.: Финансы и статистика, 2013.
2. Баздникин А.С.. Цены и ценообразование: учебное пособие / – М.: Юрайт-Изд, 2008.
3. Джон Дейли. Эффективное ценообразование – основа конкурентного преимущества. – М.: Из-во "Вильямс", 2009.
4. Цены и ценообразование: Учебник / под ред. И.К. Салимжанова. – М.: ТК Велби, Проспект, 2009. (22 п.л.)
5. А.Д. Косьмин и др. Цены и ценообразование: Курс лекций, тесты и задачи. – Омск., 2006.

6.3. Средства обеспечения освоения дисциплины.

www.gaudeamus.omskcity.com

www.knigafund.ru/books/41956

www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/vlast.html

www.twirpx.com/file/814485/

www.psyllive.ru/articles/610

www.economica-upravlenie.ru/content/section/44/124/

6.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (темы) учебной дисциплины	Наименование материалов обучения, пакетов программного обеспечения	Наименование технических и аудиовизуальных средств, используемых с целью демонстрации материалов
1	Понятие и сущность цены	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий.	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
2	Особенности ценообразования на различных рынках	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий.	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
3	Требования к ценообразованию. Виды цен	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий.	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
4	Основные факторы, влияющие на уровень цены	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий.	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.

		ний.	
5	Характеристика методов ценообразования	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий.	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
6	Ценовая политика	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
7	Система ценовых стратегий	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
8	Государственное регулирование цен.	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.

7. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

7.1. Методические рекомендации преподавателю.

Основная задача преподавателя заключается в освоении конкретных управленческих технологий и навыков. Это должно обеспечить обучению реальному, а не умозрительно-теоретическому управлению в современных организациях.

Данная учебная программа освещает основы предмета «Основы ценообразования в сервисе» и практики с широким привлечением отечественного опыта финансовых отношений. По каждой теме предполагается проведение аудиторных занятий и самостоятельной работы т. е. чтение лекций, разработка реферативного сообщения, вопросы для контроля знаний. Предусматриваются также активные формы обучения, такие как, решение задач с анализом конкретных хозяйственных ситуаций, деловые игры.

Преподавателям семинарских занятий следует обращать внимание как на логику решения тех или иных задач, так и на экономические выводы, которые следуют из формальных моделей. Руководитель лекционного потока осуществляет общее методическое руководство в ходе проведения курса и оказывает необходимую учебно-методическую текущую помощь преподавателям семинарских занятий.

Подготовка и проведение лекций, семинарских и практических занятий должны предусматривать определенный порядок.

Для подготовки студентов к семинарскому занятию на предыдущей лекции преподаватель должен определить основные вопросы и проблемы, выносимые на обсуждение, рекомендовать дополнительную учебную и периодическую литературу, рассказать о порядке и методике его проведения.

Литература, указанная в конце каждой темы, может быть дополнена преподавателем на основе материалов экономических журналов, газет, Интернет - ресурсов. В зависимости от подготовленности конкретной группы список можно корректировать. Учитывая специфику направления, желательно использовать на занятиях материалы публикаций в периодической печати, издания и материалы, публикуемые на сайтах Госкомстата, Министерства экономического развития и торговли, Министерства финансов и других ведомств для обсуждения наиболее важных проблем экономической политики и особенностей проявления общих закономерностей экономического развития в российской экономике.

Методы проведения семинаров весьма разнообразны и могут применяться в различных сочетаниях. Наиболее распространенными являются: вопросно-ответные, дискуссионные, научных сообщений по отдельным вопросам темы, реферирование, решение практических задач и упражнений, решение тестов, выполнение контрольных работ и другие.

Весьма важным для преподавателя является подготовка к проведению семинарского занятия.

Любое семинарское занятие следует начинать с организационного момента: установить отсутствующих и причину неявки их на занятие. Затем в вводном слове преподавателя (3-4 минуты) определяется тема занятия, его цели, задачи и порядок работы. При обсуждении проблем, вынесенных на семинар, преподаватель следит за тем, чтобы каждый из его участников извлек пользу, приобретая новые знания, или уточняя их.

Важное место занимает подведение итогов семинарского занятия: преподаватель должен не только раскрыть теоретическое значение обсуждаемых проблем, но и оценить слабые и сильные стороны выступлений. В зависимости от конкретных условий заключительное слово может быть либо по каждому из узловых вопросов, либо по занятию в целом (до 10 минут).

7.2. Методические указания для студентов.

В соответствии с учебным планом соответствующей специальности дисциплина «Основы ценообразования в сервисе» изучается студентами в 7 и 8 семестрах.

Успешное изучение курса требует от студентов посещения лекций, активной работы на семинарах, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с базовыми учебниками, основной и дополнительной литературой.

Запись лекции – одна из форм активной самостоятельной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. Экономическая теория как наука использует свою терминологию, категориальный, графический и экономико-математический аппараты, которыми студент должен научиться пользоваться и применять по ходу записи лекции. Культура записи лекции – один из важнейших факторов успешного и творческого овладения знаниями по современным экономическим проблемам общества. Последующая работа над текстом лекции воскрешает в памяти ее содержание, позволяет развивать экономическое мышление. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы студенты имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу.

Лекции имеют в основном обзорный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, а также призваны способствовать формированию навыков работы с научной литературой. Предполагается также, что студенты приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой.

Семинарское занятие по дисциплине «Основы ценообразования в сервисе» – важнейшая форма самостоятельной работы студентов над научной, учебной и периодической литературой. Именно на семинарском занятии каждый студент имеет возможность проверить глубину усвоения учебного материала, показать знание категорий, положений и инструментов финансовой и кредитной политики, и уметь их применить для аргументированной и доказательной оценки финансовых и кредитных отношений, происходящих в современном мире. Участие в семинаре позволяет студенту соединить полученные теоретические знания с решением конкретных практических задач и моделей в области финансов, давать оценку финансовым явлениям, происходящим в стране и мире.

Семинарские занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки, определяются преподавателем, ведущим занятия.

При изучении каждой темы особое внимание следует уделять как количественным приемам, используемым при решении экономических задач, так и выводам для экономической практики.

Для выполнения письменных домашних заданий студентам необходимо внимательно прочитать соответствующий раздел учебника и проработать аналогичные задания, рассматриваемые преподавателем на семинарских занятиях.

Основным методом обучения является самостоятельная работа студентов с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными, информацией об экономических событиях в России.

Основными формами итогового контроля и оценки знаний студентов по предмету «Основы ценообразования в сервисе» является зачет в 7 и экзамен в 8 семестре. На экзамене студенты должны продемонстрировать не только теоретические знания, но и практические навыки пользования финансовым инструментарием, поэтому на итоговом контроле помимо теоретических вопросов студенту предлагается выполнить практическое задание.

Постоянная активность на занятиях, готовность ставить и обсуждать актуальные проблемы курса - залог успешной работы и положительной оценки.

8. Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

8.1. Тематика рефератов (докладов, эссе):

1. Методы распределения косвенных затрат.
2. Технология определения целевой прибыли для ценообразования.
3. Роль в ценообразовании различных видов прибыли.
4. Сущность и виды посреднических надбавок.
5. Совокупность методов ценообразования как система.
6. Особенности применения различных методов определения цен.
7. Особенности расчета элементов цены для различных видов цен.
8. Особенности определения цен при условии наличия посредника в товародвижении.
9. Технологические этапы процесса формирования цен и нормативно правовые акты.
10. Содержание ценовой политики организации.
11. Связь ценовой политики с финансовой и маркетинговой политикой.
12. Цели ценовой политики и способы ее реализации.
13. Организационные мероприятия в области анализа информации для выработки ценовой политики.
14. Особенности биржевых и аукционных цен.
15. Публикуемые цены мировой торговли товарами.
16. Конкурентные материалы как базовые компоненты расчета внешнеторговых цен.
17. Внесение в рассчитываемые цены коммерческих поправок.
18. Корректировка цен с учетом различий в значениях технико - экономических параметров и качества продукции.
19. Расчет цен долгосрочных контрактов.
20. Определение цен на услуги в рамках технического содействия.
21. Расчет косвенных налогов в составе таможенных платежей.
22. Определение величины таможенных сборов.

8.2. Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Типовые стратегии ценообразования.

2. Сущность, цели и задачи ценовых стратегий.
3. Характеристика видов ценовых стратегий.
4. Взаимосвязь ценовой стратегии и ценовой политики.
5. Сочетание и последовательность разработки ценовой политики и ценовой стратегии.
6. Роль затрат в обосновании ценовых решений.
7. Анализ условий безубыточности при изменениях цен.
8. Анализ условий безубыточности изменений цен при непостоянстве затрат.
9. Политика цен жизненного цикла товара.
10. Ценообразование и продажи через торговых агентов.
11. Затратное ценообразование и порождаемые им проблемы.
12. Ценностный подход к ценообразованию и ошибки в его использовании.
13. Структура системы цен.
14. Особенности формирования и функционирования системы цен.
15. Характеристика основных элементов системы цен.
16. Классификация цен по видам.
17. Сущность и назначение методов ценообразования.
18. Преимущества и недостатки затратных методов.
19. Условия применения параметрических методов определения цен.
20. Сферы применения различных видов цен. Механизм их взаимодействия.
21. Характеристика основных видов цен: оптовых, закупочных и розничных цен. Тарифы на услуги
22. Регулируемые и свободные цены.
23. Франкирование цен.
24. Структура цены как расчетный экономический показатель.
25. Методы расчета структуры цен.
26. Необходимость определения соотношений цен.
27. Сущность паритета цен.
28. Информация, необходимая для расчета структуры и соотношений цен.
29. Виды себестоимости для ценообразования.
30. Классификация затрат, входящих в себестоимость, по различным признакам.
31. Экономическая сущность и целесообразность деления затрат на прямые и косвенные, на условно-постоянные и условно-переменные.
32. Прибыль как элемент цены.
33. Рентабельность конкретных видов продукции.
34. Формирование цен с помощью показателей рентабельности.
35. Виды таможенных платежей.
36. Международная, зарубежная и российская практика определения таможенной стоимости.
37. Расчет ввозной и вывозной таможенных пошлин.
38. Мировые цены как база расчета цен внешнеторговых контрактов

8.3. Вопросы для самопроверки, диалогов, обсуждений, дискуссий.

1. Значение цен в национальной экономике.
2. Взаимосвязь цены с законом стоимости, законом спроса и предложения.
3. Соотношение понятий "цена" и "ценообразование".
4. Острота и сложность проведения ценовой политики.
5. Взаимосвязь цен и денежного обращения.
6. Взаимосвязь цены, спроса, предложения, затрат.
7. Роль цен в рыночных отношениях.

8. Сущность равновесных цен.
9. Перераспределительная функция цен и ее использование в рыночной экономике.
10. Стимулирование ценами эффективного формирования ассортимента продукции.
11. Возможность использования балансирующей функции цены на конкретном предприятии.
12. Методология ценообразования. Ее структурные элементы и этапы формирования цен.
13. Система ценообразующих факторов. Макро- и микроэкономические факторы, влияющие на формирование цен.
14. Правила и основные этапы ценообразования.
15. Характеристика основных принципов ценообразования.
16. Методы, методика и модель цены.
17. Объекты и субъекты ценообразования.
18. Государственное регулирование цен в рыночной экономике.
19. Классификация методов государственного регулирования цен.
20. Структура себестоимости.
21. Методы калькулирования себестоимости единицы продукции.

8.4. Примеры тестов:

1. По степени регулирования выделяют:
 - а) свободные цены;
 - б) биржевые котировки;
 - в) скользящие цены;
 - г) индексы цен.
2. По характеру обслуживаемого оборота выделяют:
 - а) регулируемые цены;
 - б) цены аукционов;
 - в) предельные цены;
 - г) трансфертные цены.
3. В структуру отпускной цены предприятия входят:
 - а) себестоимость и прибыль;
 - б) прибыль и валютный курс;
 - в) валютный курс и себестоимость;
 - г) себестоимость, прибыль и валютный курс.
4. В структуру торговой наценки входят:
 - а) затраты продавца;
 - б) акциз;
 - в) прибыль производителя товара;
 - г) НДС.
5. Косвенные налоги, включаемые в цену:
 - а) повышают ее уровень;
 - б) понижают ее уровень;
 - в) оставляют его неизменным;
 - г) могут повышать и понижать ее уровень.
6. Какой из косвенных налогов начисляется первым по подакцизным товарам во внутренней торговле:

- а) НДС;
- б) акциз;
- в) налог на прибыль;
- г) налог с продаж.

7. Структура себестоимости это:

- а) процентное соотношение отдельных видов затрат;
- б) уровень затрат на производство товара;
- в) материальные, финансовые и трудовые ресурсы предприятия;
- г) соотношение материальных, трудовых затрат и прибыли

8. Производственная себестоимость включает в себя:

- а) затраты на сырье;
- б) затраты на рекламу;
- в) затраты на заработную плату обслуживающего персонала;
- г) коммерческие расходы.

9. В группировку затрат по экономическим элементам не входят:

- а) материальные затраты за вычетом возвратных отходов;
- б) расходы на оплату труда;
- в) коммерческие расходы;
- г) амортизация.

10. По статьям калькуляции можно определить:

- а) место возникновения расходов;
- б) совокупность затрат на определенный товар по предприятию в целом;
- в) общие затраты предприятия;
- г) доходы от реализации товаров.

11. Посредническая надбавка в цене товара определяется:

- а) в процентах к себестоимости товара;
- б) в процентах к отпускной цене;
- в) в процентах от розничной цены;
- г) в процентах от суммы материальных затрат.

12. Между отдельными отраслями промышленности товары реализуются:

- а) по розничным ценам;
- б) по мировым ценам;
- в) по оптовым ценам;
- г) по покупательной способности валют.

13. Калькулирование цены товара не может осуществляться:

- а) по производственной себестоимости;
- б) по сокращенной себестоимости;
- в) по цеховой себестоимости;
- г) по дифференцированной себестоимости

14. В точке безубыточности прибыль предприятия:

- а) положительная;
- б) отрицательная;
- в) нулевая;
- г) любая из вышеперечисленных.

15. «Франко» это:
- а) место, в которое должен быть доставлен товар;
 - б) место, где происходит передача товара от продавца к покупателю;
 - в) место, до которого все затраты на транспортировку включены в цену товара;
 - г) место, в котором осуществляется переход рисков с продавца к покупателю .
16. В отличие от базисных условий поставки по «Инкотермс» франкирование цен во внутренней торговле не включает:
- а) затраты на транспортировку;
 - б)затраты страхования товара;
 - в) затраты на разгрузку товара;
 - г) затраты на упаковку.
17. Прибыль в цене товара определяется с помощью показателей:
- а) рентабельности;
 - б) отдачи основных производственных фондов;
 - в) оборачиваемости капитала;
 - г) трудоемкости.
18. Целевая прибыль:
- а) приемлемый размер прибыли, который изготовитель товара заранее определяет для себя;
 - б) приемлемый для покупателя размер прибыли продавца, включаемой в цену товара;
 - в) прибыль, которую рассчитывает получить покупатель от использования данного товара;
 - г) доходы производителя от аренды помещений.
19. Методы косвенного регулирования цен включают:
- а) систему налогообложения;
 - б) установление цен на продукцию монополистов;
 - в) замораживание цен;
 - г) фиксированные цены и тарифы на услуги ЖКХ.
20. Регулирование цен в РФ осуществляется на основе:
- а) Таможенного контроля РФ;
 - б) Гражданского кодекса РФ;
 - в) Бюджетного кодекса РФ;
 - г) Закона «О таможенном тарифе».
21. Цены мирового рынка:
- а) цены крупнейших экспортеров товаров;
 - б) цены, установленные государством;
 - в) цены случайных сделок;
 - г) трансфертные цены.
22. Цены каких из ниже перечисленных сделок могут быть признаны мировыми ценами:
- а) разовых;
 - б) заключенных в клиринговых валютах;
 - в) заключенных в свободном торгово-политическом режиме;

г) бартерных

23. По сравнению с уровнем внутренней цены на один и тот же товар уровень мировой цены, как правило, будет:

- а) выше;
- б) ниже;
- в) одинаковым;
- г) предельным.

24. Какие факторы обуславливают множественность цен на один и тот же товар на мировом рынке:

- а) географические;
- б) мода;
- в) часовые пояса;
- г) технология производства.

25. При экспорте товара контрактная цена будет отличаться от внутренней цены на этот товар за счет:

- а) возврата внутренних налогов;
- б) снижения затрат на производство;
- в) снижения затрат на транспортировку;
- г) налога на прибыль.

26. К публикуемым мировым ценам относятся:

- а) трансфертные цены;
- б) цены каталогов и проспектов;
- в) цены государственных закупок.

27. Расчетные ценовые показатели это:

- а) цены параметрического ряда товаров;
- б) индексы экспортных и импортных цен;
- в) индексы внутренних цен;
- г) трансфертные цены.

28. Наибольшие отличия от цен реальных сделок имеют:

- а) справочные цены;
- б) цены аукционов;
- в) цены фактических сделок;
- г) биржевые цены.

29. Основой для расчета контрактных цен являются:

- а) таможенная стоимость;
- б) мировые цены;
- в) внутренние цены;
- г) трансфертные цены.

30. Конкурентные материалы это:

- а) показатели наиболее представительных внутренних сделок с аналогичной продукцией;
- б) показатели разовых сделок на мировом рынке конкретного товара;
- в) показатели наиболее представительных для мирового рынка конкретного товара условий заключения сделок;

г) стандарты и ГОСТы.

31. Базисные цены это:

- а) цены товара наивысшего качества в определенном географическом пункте;
- б) цены товара определенного качества и ограниченного количества в определенном географическом пункте;
- в) цены товара определенного количества и качества в заранее установленном географическом пункте;
- г) верно все вышеперечисленное.

32. Цены международных товарных аукционов распространяются на продукцию:

- а) топливно-энергетического комплекса;
- б) сельского хозяйства;
- в) пушно-меховые изделия;
- г) продукция высоких технологий.

33. Цены биржевой торговли распространяются на:

- а) массовые, качественно однородные товары;
- б) единичные, уникальные товары;
- в) товары повседневного спроса;
- г) продукция интеллектуальной собственности.

34. Цены текущих контрактов выражают условия, характерные для рынка продавца и покупателя:

- а) в долговременный период;
- б) в кратковременный период;
- в) в среднесрочный период;
- г) вне зависимости от периода.

35. Цены долгосрочных контрактов получили распространение в международной торговле:

- а) потребительскими товарами;
- б) оборудованием;
- в) сырьевыми товарами;
- г) результатами интеллектуальной деятельности.

36. Цена, фиксируемая путем скольжения, в долгосрочных контрактах устанавливается на основе:

- а) базисной цены, определяемой в момент заключения контракта;
- б) расчетной цены, определяемой на основе данных таможенной статистики;
- в) внутренней цены, определяемой на момент заключения контракта;
- г) трансфертной цены.

ОТВЕТЫ К ТЕСТАМ

1–а	19 – а
2–б	20 – б
3–а	21 – а
4–а	22 – в
5–а	23 – б
6–б	24 – а

7-а	25 – а
8-а	26 – б
9-в	27 – б
10 – а	28 – а
11 – б	29 – б
12 – в	30 – в
13 – г	31 – в
14 – в	32 – в
15 – в	33 – а
16 – б	34 – б
17 – а	35 – б
18 – а	36 – а

8.5. Перечень примерных вопросов к зачету и экзамену (с 1 по 20 вопросы к зачету)

1. Роль и значение цен и ценообразования.
2. Взаимосвязь цен с другими экономическими категориями.
3. Сущность цены. Функции цен в рыночной экономике.
4. Взаимосвязь цен с основными экономическими законами.
5. Система ценообразующих факторов. Объекты и субъекты ценообразования.
6. Экономическая природа цен внутреннего рынка.
7. Понятие системы цен. Классификация цен по видам.
8. Виды цен в зависимости от экономического оборота.
9. Сферы применения различных видов цен. Механизм их взаимодействия.
10. Характеристика основных видов цен: оптовых, закупочных и розничных. Тарифы на услуги.
11. Регулируемые и свободные цены.
12. Франкирование цен.
13. Элементы цены. Структура основных видов цен.
14. Структура себестоимости.
15. Классификация затрат. Виды затрат, существенные для ценообразования.
16. Группировка затрат по экономическим элементам.
17. Группировка затрат по статьям калькуляции.
18. Взаимосвязь группировок затрат по экономическим элементам и по статьям калькуляции.
19. Методы калькуляции себестоимости: по заказам: по заказам, по процессам и нормативный.
20. Калькулирование затрат по методу сокращенной себестоимости.
21. Прибыль и показатели рентабельности. Планирование прибыли в ценах конкретных товаров.
22. Косвенные налоги (НДС, акциз) в структуре цены.
23. Снабженческо-сбытовые надбавки (скидки) как элементы цены.
24. Параметрические методы ценообразования.
25. Понятие мировой цены и ее экономическая природа.
26. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен.
27. Интернациональные издержки производства и интернациональная стоимость.
28. Валютный фактор формирования и динамики цен международной торговли.
29. Методы прямого государственного регулирования внутренних и внешнеторговых цен.
30. Косвенное государственное регулирование внутренних и внешнеторговых цен.
31. Тарифная и налоговая политика и ее влияние на внешнеторговые цены.

32. Нетарифное регулирование внешней торговли в зарубежных странах и внешнеторговое ценообразование.
33. Особенности формирования и динамика мировых цен основных видов товарных групп (сырье, полуфабрикаты; готовые изделия).
34. Множественность цен мирового рынка.
35. Виды цен мирового рынка.
36. Источники информации о ценах мирового рынка.
37. Базисные условия поставки товаров в международной торговле и их влияние на цены международной торговли.
38. Характер взаимосвязи цен и внутренних цен на экспортируемые и импортируемые товары.
39. Основные факторы формирования внешнеторговых контрактных цен.
40. Информационное обеспечение ценообразования во внешнеторговой деятельности.
41. Принципы расчета внешнеторговых цен на базе конкурентных материалов.
42. Методы внесения коммерческих поправок в рассчитываемые цены.
43. Учет финансовых рисков во внешнеторговом ценообразовании.
44. Импортные контрактные цены и эффективность закупок товаров на внешнем рынке.
45. Контрактные цены и таможенная стоимость.
46. Контрактные цены и таможенные платежи.

8.6. Формы контроля самостоятельной работы:

Заслушивание докладов, проверка рефератов, проведение письменных работ, дискуссии и групповые обсуждения.

Рейтинговая система оценки студентов

1. Бальные оценки для элементов контроля за семестр

Элементы учебной деятельности	Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра	Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ	Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра	Всего за семестр
Посещение лекционных занятий	4	4	4	12
Выполнение практических занятий	8	8	8	24
Эссе	9	9	10	28
Выполнение контрольных, тестовых заданий на лекциях и практических занятиях	8	8	8	24
Компонент своевременности	4	4	4	12
Итого максимум за период	33	33	34	100
Нарастающим итогом	33	66	100	100

2. Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Балл на дату контрольной точки	Оценка
Более 90 % от максимальной суммы баллов на дату КТ	5
От 70 % до 89 % от максимальной суммы баллов на дату КТ	4
От 60 % до 69 % от максимальной суммы баллов на дату КТ	3
Менее 60 % от максимальной суммы баллов на дату КТ	2

3. Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

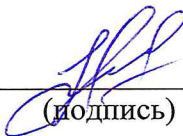
Оценка (ГОС)	Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен	Оценка (ECTS)
5 (отлично) (зачтено)	90-100	A (отлично)
4 (хорошо) (зачтено)	85-89	B (очень хорошо)
	75-84	C (хорошо)
	70-74	D (удовлетворительно)
3 (удовлетворительно) (зачтено)	65-69	
	60-64	E (посредственно)
2 (неудовлетворительно) (зачтено)	Ниже 60 баллов	F (неудовлетворительно)

Рабочая программа учебной дисциплины «**Основы ценообразования в сервисе**» составлена в соответствии с учебным планом, федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки **100100.62 – Сервис**.

Рабочую программу учебной дисциплины составил:
старший преподаватель кафедры менеджмента ФЭУ ТГПУ

Виноградов Александр Сергеевич 
(подпись)

Программа дисциплины утверждена на заседании кафедры менеджмента,
протокол № 1 от «29» 08 2014 г.

Зав. кафедрой
докт. физ. – мат. наук, профессор  Н.Г. Филонов
(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена методической комиссией ФЭУ ТГПУ
протокол № 1 от «29» 08 2014 г.

Председатель методической комиссии  В.Г. Аникина
(подпись)