

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 16.05.2026 13:25:23
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4 к
образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.13 Маркетинговая ценовая политика

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Маркетинг

(наименование образовательной программы)

очная

(форма обучения)

2026

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Лизогуб Римма Петровна, канд. экон. наук, доцент, доцент, кафедры маркетинга и логистики

Заведующий кафедрой:

Попова Татьяна Александровна, канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедры маркетинга и логистики

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговая ценовая политика» одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» Донецкий филиал РАНХиГС

протокол № 6 от «03» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

Дисциплина Б1.В.01.13 Маркетинговая ценовая политика обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС <i>(при наличии)**</i>	Код компетенции **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования	ПК-2	Способен к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.5.	Формирует предложения по совершенствованию ценовой политики	ПК-2.5. У-6 Умеет давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины:

3,00 з.е., 108 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 69 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 20 ак.час на лекции и 40 ак.час на практические занятия. 39 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Б1.В.01.13 Маркетинговая ценовая политика реализуется на 8-м семестре 4-го курса, после изучения дисциплин: Маркетинговая товарная политика, Поведение потребителей

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)							
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Катт эк	Контроль	СРкр		СРэк
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ											
Тема 1	Экономическая сущность ценовой политики предприятия	12	2			4							6	Вопросы для опроса Тестовое задание
Тема 2	Система цен и их классификация	14	2			4							8	Вопросы для опроса Тестовое задание
Тема 3	Факторы маркетингового ценообразования	12	2			4							6	Доклад, Контрольное задание

Тема 4	Структура цены. Роль расходов в формировании ценовой политики предприятия	12	2			4						6	Доклад, Контрольное задание
Тема 5	Методические подходы к ценообразованию в системе управления предприятием	13	2			4						7	Доклад, Контрольное задание
Тема 6	Стратегии ценообразования и особенности их применения в разных сферах деятельности	14	2			4						8	Доклад, Контрольное задание
Промежуточная аттестация		9							9				Зачет с оценкой
		108	20			40			9			39	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Экономическая сущность ценовой политики предприятия ПК-2.5.

Ценовая политика с позиции ее роли в достижении стратегических целей организации. Влияние маркетинговой ценовой политики на финансовые результаты и конкурентоспособность. Определение цены как мультифакторной экономической категории, отражающей затраты, спрос и предложение, а также конкурентную среду. Цели, задачи маркетинговой ценовой политики. Особенности маркетингового подхода к ценообразованию. Принципы ценообразования. Развитие теории рыночного ценообразования и его современная концепция.

Тема 2. Система цен и их классификация ПК-2.5.

Классификация и анализ многообразия цен, используемых в хозяйственной деятельности, с выделением рыночных, договорных, государственных и иных видов. Основные критерии классификации цен (по назначению, стадии товародвижения, масштабу применения и др.) и их значимость для принятия управленческих решений.

Тема 3. Факторы маркетингового ценообразования ПК-2.5

Влияние комплекса маркетинга (товара, каналов распределения, стимулирования сбыта) на формирование цены. Анализ макро- и микроэкономических факторов, включая экономическую ситуацию, уровень доходов населения, действия конкурентов и потребительские предпочтения.

Тема 4. Структура цены. Роль расходов в формировании ценовой политики предприятия ПК-2.5.

Элементы, составляющие цену (себестоимость, прибыль, налоги, акцизы и др.). Аргументирование первостепенного значения учета затрат (прямых, косвенных, постоянных, переменных) для определения минимально допустимой цены и обеспечения рентабельности.

Тема 5. Методические подходы к ценообразованию в системе управления предприятием ПК-2.5.

Основные методы установления цен: затратный (с учетом полной или частичной себестоимости), рыночный (на основе спроса и предложения, цен

конкурентов) и ценностный (исходя из воспринимаемой потребителем ценности товара).

Тема 6. Стратегии ценообразования и особенности их применения в разных сферах деятельности ПК-2.5.

Анализ различных стратегий ценообразования: проникновения на рынок, "снятия сливок", премиального ценообразования, ценообразования на основе конкуренции и др. Особенности применения стратегий в зависимости от отрасли, стадии жизненного цикла товара и конкурентной ситуации.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.01.13 Маркетинговая ценовая политика

4.1. входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой

выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)

<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135). 	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования). 	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>
<p>Задание открытого типа с развернутым ответом</p>	<p>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС Донецкого филиала РАНХиГС.

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
90-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80-89	Хорошо		B	P/ Passed
75-79			C	P/ Passed
70-74	Удовлетворительно		Д	P/ Passed
60-69			E	P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
100 баллов	100 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.01.13 Маркетинговая ценовая политика используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

доклад, опрос, тестирование, контрольное задание.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема 1. Экономическая сущность ценовой политики предприятия ПК-2.5.

Вопросы для опроса:

Вопрос 1.

Что представляет цена как экономическая категория?

Вопрос 2.

Какова сущность и назначение цены как основной составляющей маркетинговой деятельности предприятия?

Вопрос 3

В чем особенности трактовки цены с позиции марксистской и субъективистской школ?

Вопрос 4

Назовите основные задачи ценообразования.

Вопрос 5

В чем заключается особенность маркетингового подхода к ценообразованию?

Критерии оценивания опроса:

Балы	Описание критерия
3	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
2	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
1	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Тестовые задания:

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа

ождается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Тест 1.

На формирование цены оказывает влияние большое число факторов. Наиболее существенными ценообразующими факторами являются:

- А) потребители и качество товара;
- Б) соотношение спроса и предложения;
- В) конкуренция и участники каналов товародвижения;
- Г) все варианты верны.

Тест 2.

Стратегия ценообразования – это...

- А) возможный уровень, направление, скорость и периодичность изменения цен в соответствии с рыночными целями торгового предприятия;
- Б) представляет собой формирование цены посредством разработки соответствующей ценовой политики;
- В) выбор общего направления в ценообразовании, выбор подходов к определению цен на новые товары и уже выпускаемые;
- Г) все варианты верны.

Тест 3.

По уровню цен на новые товары выделяют стратегию:

- А) снятия сливок, цены проникновения, среднерыночных цен;
- Б) стабильных цен, скользящей падающей цены, роста проникающей цены;
- В) дифференциации цен на взаимосвязанные товары, ценовых линий, ценовой дискриминации.
- Г) все варианты верны

Тест 4.

Завоевание лидерства по показателю «качество продукции» ...

- А) компания устанавливает максимальную цену на свою продукцию, объясняя это улучшением показателя «качество продукции»;
- Б) компания будет стремиться к максимальному снижению цен;
- В) компания устанавливает максимально возможную цену на товар, за короткий срок получает прибыль, во много раз превышающую тот ее размер, который возможен в нормальных условиях функционирования рынка.

Тест 5.

На современном этапе развития маркетингового ценообразования его важнейшими принципами являются:

- А) научная обоснованность, целевая направленность, непрерывности,

единство процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен;

Б) сегментация, гибкое реагирование производства и сбыта, инновация, планирование;

В) формирование, планирование и управление ассортиментом;

Г) планирование, организация, координация, мотивация, контроль.

Критерии оценивания тестовых заданий:

Балы	Описание критерия		
4	Свыше 80% правильных ответов.		Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
3	Свыше 70% правильных ответов.		Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
2	Свыше 50% правильных ответов.		Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0	Менее 50% правильных ответов.		Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Тема 2. Система цен и их классификация ПК-2.5.

Тестовые задания:

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Тест 1.

Функция цены - это...

А) совокупность общих свойств, которые объективно присущи цене как экономической категории;

Б) внешние проявления свойств, которые характерны для любой цены независимо от ее вида;

В) формы реализации в реальной действительности ее сущности как экономической категории и внешнего проявления содержания;

Г) все варианты верны.

Тест 2.

Распределительная функция цены состоит в том, что...

А) цена поощрительно воздействует на производителя посредством содержащейся в ней прибыли.;

Б) посредством цен происходит распределение и перераспределение чистого национального дохода;

В) посредством цен связываются между собой спрос и предложение

(производство и потребление);

Г) цена показывает, сколько стоит удовлетворение определенной потребности в конкретной продукции.

Тест 3.

Свободные цены (рыночные цены) – это цены...

А) устанавливаемые соответствующими органами управления,

Б) устанавливаемые производителями продукции и услуг на основе спроса и предложения на данном рынке;

В) устанавливаемые в момент подписания договора и не меняются в течение всего срока поставки продукции по данному договору;

Г) устанавливаемые на изделия, требующие длительного срока изготовления.

Тест 4.

С учетом фактора времени выделяются цены:

А) постоянные, сезонные, ступенчатые;

Б) справочные, прейскурантные, расчетные;

В) цена-нетто, цена-брутто;

Г) подвижные, скользящие, лежащие.

Тест 5.

Цены, применяемые внутри фирмы при реализации продукции между подразделениями предприятия, фирмы, а также разных фирм, но входящих в одну ассоциацию – это...

А) трансфертные цены;

Б) мировые цены;

В) биржевые цены;

Г) справочные цены.

Критерии оценивания тестовых заданий:

Балы	Описание критерия		
4	Свыше 80% правильных ответов.		Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
3	Свыше 70% правильных ответов.		Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
2	Свыше 50% правильных ответов.		Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0	Менее 50% правильных ответов.		Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Контрольные задания:

Задание 1

Разработайте матрицу классификации цен для предприятия, занимающегося производством потребительских товаров длительного пользования. Определите критерии классификации, которые будут применены, и поясните их значимость.

Задание 2

Сравните сущность и методику формирования рыночных и государственных регулируемых цен. Приведите аргументы, почему в условиях рыночной экономики наиболее широко представлены именно рыночные цены

Задание 3

Опишите особенности формирования и применения оптовых и розничных цен. Объясните, как сбытовая политика предприятия влияет на выбор соответствующего вида цены.

Задание 4

Представьте свое видение актуальности классификации цен по стадии жизненного цикла товара. Обоснуйте, каким образом понимание этой классификации помогает в разработке ценовой стратегии.

Критерии оценивания контрольных заданий:

Балы	Описание критерия
4	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
3	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
2	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-1	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Тема 3. Факторы маркетингового ценообразования ПК-2.5

Тестовые задания:

Тест 1

Ценовая политика – это ...

- А) Денежное выражение системы ценообразующих факторов
- Б) Коэффициент обмена конкретного товара на деньги
- В) Размер ресурсов, использованных в процессе хозяйственной деятельности за определённый временной промежуток
- Г) Принципы и методики определения цен на товары и услуги

Тест 2.

Причины снижения цен:

- А) Ценовые мероприятия конкурентов
- Б) Конкуренты по какой-либо причине покинули рынок
- В) Недостаточный спрос на производимый или реализуемый товар
- Г) Ценность товара оказалась выше цены

Тест 3.

Выберите функции цены:

- А) Учетная, стимулирующая, распределительная
- Б) Производственная, учетная, краткосрочная
- В) Учетная, распределительная, производительная
- Г) Научная, распределительная, сбалансированная

Тест 4.

Задачи ценовой политики:

- А) Определение затрат по основным бизнес-функциям и производственным подразделениям предприятия
- Б) Получить максимальный размер прибыли в долгосрочной или краткосрочной перспективе
- В) Расчет необходимой величины затрат на единицу продукции, работ, услуг
- Г) Контроль и анализ затрат по разным направлениям, сегментам, продуктам, подразделениям, отклонениям от норм и смет расходов, динамики показателей

Тест 5.

Ограничения при установлении цен

- А) Законодательство, расходы предприятия, особенности конкуренции
- Б) ВВП, рентабельность производства, расходы предприятия
- В) Расходы предприятия, объем капитала
- Г) ВНП, законодательство, фондоотдача.

Критерии оценивания тестовых заданий:

Балы	Описание критерия	
4	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
3	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
2	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже

		базового уровня.
--	--	------------------

Контрольные задания

Задание 1.

Определите себестоимость швейного изделия, если известны следующие данные: Свободная отпускная цена (с НДС) 1 м 2 ткани – 2500 рублей.

НДС – 20% к отпускной цене ткани без НДС.

Норма расхода ткани на пошив швейного изделия – 5 м².

Вспомогательные материалы – 1000 рублей. Заработная плата производственных рабочих – 2200 рублей.

Социальные отчисления во внебюджетные фонды – 38% от суммы заработной платы производственных рабочих.

Накладные расходы (кроме внепроизводственных) – 130% от заработной платы производственных рабочих.

Внепроизводственные расходы – 1,2% от производственной себестоимости.

Задание 2.

Определить оптовую (отпускную) цену товара на основании следующих исходных данных:

- 1) материальные затраты—7000 руб.;
- 2) затраты на оплату труда—2000 руб.;
- 3) отчисления на социальные нужды — 800 руб.;
- 4) амортизация основных фондов — 600 руб.;
- 5) прочие затраты —1600 руб.;
- 6) уровень рентабельности — 20%;
- 7) налог на добавленную стоимость (НДС) — 20%.

Критерии оценивания контрольных заданий:

Балы	Описание критерия
4	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
3	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
2	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-1	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Тема 4. Структура цены. Роль расходов в формировании ценовой политики предприятия ПК-2.5.

Вопросы для опроса:

Вопрос 1 Охарактеризуйте понятие расходов. Какова сущность и структура свободной цены?

Вопрос 2 Какое значение имеют расходы в экономической деятельности предприятия?

Вопрос 3 Перечислите виды себестоимости в соответствии с классификацией. Каковы основные принципы себестоимости?

Вопрос 4 Обозначьте сущность прибыли как основного элемента производственной цены предприятия.

Вопрос 5 Какие виды прибыли существуют?

Вопрос 6 Какие виды расходов входят в общую себестоимость продукции?

Вопрос 7 Обозначьте сущность и основные виды административных расходов.

Вопрос 8 Какие расходы связаны со сбытом продукции?

Вопрос 9 Что относится к другим операционным расходам?

Вопрос 10 Какие расходы предприятия связаны с его финансовой и инвестиционной деятельностью?

Критерии оценивания опроса:

Балы	Описание критерия
3	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
2	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
1	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Тестовые задания:

Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Тест 1.

Постоянные цены- это...

А) постоянно меняются в течение всего времени существования товара под влиянием разных ценовых факторов;

Б) устанавливается на основе договора купли-продажи между покупателем и реализатором;

В) цены, которые приведены в прейскурантах или в каталоге и действуют продолжительный период (полгода и больше) времени до очередного их пересмотра;

Тест 2.

.Единая цена- это...

А) включает расходы по факту от конкретного базисного пункта к покупателю;

Б) включают расходы на транспортировку товара от производителя до потребителя;

В) цена после вычета всех скидок; цена с которой не делается скидка;

Г) не зависит от местоположения потребителя, включает расходы по факту по единой ставке.

Тест 3.

Прогнозируемые цены- это...

А) цены, которые являются результатом математических преобразований и используются для проведения сравнительного анализа.

Б) цена, выше которой предприятие не может устанавливать цену на свою продукцию, услуги.

В) это цена, отражающая стоимость товара, который применяется только в технических целях;

Г) плановые – рассчитываются научными учреждениями на перспективу;

Тест 4

Количественные показатели- это...

А) валовой внутренний продукт (ВВП), национальный доход, объем капитальных вложений, объем товарооборота, объем продукции фирмы, предприятий и отраслей и др;

Б) рентабельность, производительность труда, фондоотдача и др;

В) учитывает изменения конъюнктуры рынка, связанные с динамикой товара на этапах жизненного цикла;

Г) поощрительное и сдерживающее воздействие цены на производство и потребление различных видов товаров;

Тест 5.

Монопольная цена- это...

А) специфическая форма рыночной цены товара, отклоняющаяся от стоимости и цены производства в результате монопольного положения на рынке продавца или покупателя товара и обеспечивающая получение монопольной сверхприбыли;

Б) устанавливается по договоренности производителя с продавцом или другими субъектами процесса покупки-продажи товара и на эту цену не имеют права влиять никакие другие структуры, в том числе и органы власти;

В) которые устанавливаются на основании заключенных соглашений между предприятиями - производителями и предприятиями, которые в дальнейшем будут реализовывать этот товар;

Г) которую входят производственная цена предприятия и косвенные налоги: акцизный сбор и налог на добавленную стоимость производственного предприятия.

Критерии оценивания тестовых заданий:

Балы	Описание критерия	
4	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
3	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
2	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0-1	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Тема 5. Методические подходы к ценообразованию в системе управления предприятием ПК-2.5.

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Каким образом происходит определение цен на предприятии с ориентацией на сумму покрытия?

Вопрос 2. Какова сущность метода удельных показателей?
Охарактеризуйте применение данного метода на базе одного параметра

продукта.

Вопрос 3. В чем особенность применения бального метода в определении цены на товар/услугу?

Вопрос 2. Обозначьте сущность и виды эконометрических методов ценообразования. Каковы особенности применения данных методов?

Вопрос 5. Перечислите основные виды рыночных методов ценообразования.

Вопрос 6. Выделите основные особенности использования рыночных методов ценообразования.

Вопрос 7. Какова сущность затратных методов ценообразования?

Вопрос 8 Сформируйте основные особенности применения затратных методов при исчислении цен на продукцию.

Критерии оценивания опроса:

Балы	Описание критерия
3	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
2	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
1	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Тестовые задания:

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Тест 1.

В чем суть затратных методов?

- а) предприятие рассчитывает цену на часть расходов;
- б) предприятие рассчитывает цену на доходы;

- в) предприятие рассчитывает цену на доходы и расходы;
- г) предприятие рассчитывает цену на основании суммирования собственных расходов.

Тест 2.

Как иначе называется метод «расходы плюс прибыль»?

- а) метод «надбавка к цене»;
- б) метод учета рентабельности инвестиций;
- в) себестоимость плюс надбавка;
- г) метод «минимальных расходов».

Тест 3.

В чем сущность метода «надбавки к цене»?

- а) цена рассчитывается путем добавления к цене сырья (материалов, полуфабрикатов) определенного коэффициента;
- б) предприятие рассчитывает свою цену на основании минимальных расходов и без планирования прибыли;
- в) нужно найти цену, которая бы обеспечила при установленных объемах производства и реализации продукции получения фирмой целевой прибыли;
- г) чтобы оценить полные расходы при разных программах производства продукции и определить объем выпуска, реализация которой по определенной цене разрешит окупить соответствующие капиталовложения.

Тест 4.

Что такое «точка безубыточности»?

- а) общие расходы предприятия;
- б) это такой объем продаж, за которую валовая выручка (доход) покрывает общие расходы;
- в) уровень затрат, необходимый для производства продукции;
- г) цена, при которой организация начинает получать прибыль.

Тест 5.

В каком случае применяется метод определения цены с «ориентацией на конкурентов»?

- а) метод применяется при определении цен на товары широкого потребления;
- б) применяется предприятиями тогда, когда цена на рынке на определенное время стабилизируется;
- в) применяется с целью определения ориентировочной цены и первичного расчетного уровня;
- г) применяется во время продажи товаров на аукционах, биржах, разных рынках (оптовых, розничных).

Критерии оценивания тестовых заданий:

Балы	Описание критерия	
4	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
3	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
2	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

Тема 6. Стратегии ценообразования и особенности их применения в разных сферах деятельности ПК-2.5.

Вопросы для опроса:

Вопрос 1

Какая информация необходима предприятию для принятия решений о цене на товар/услугу

Вопрос 2

Обозначьте основные этапы процесса ценообразования.

Вопрос 3

В чем сущность и значение стратегического анализа при формировании цены?

Вопрос 4

Каковы особенности использования стратегического анализа при формировании ценовой политики предприятия?

Вопрос 5

Охарактеризуйте основные методы и приемы стратегического анализа в ценообразовании.

Критерии оценивания опроса:

Балы	Описание критерия
3	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

2	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
1	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Тестовые задания:

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Тест 1.

Для чего используются стратегия низких цен?

- а) для прорыва на рынок;
- б) для товаров, выпускаемых в небольших объемах;
- в) при больших финансовых затратах;
- г) при масштабном выпуске продукции.

Тест 2.

Стратегия средних цен может быть представлена стратегией ...

- а) «снятия сливок»;
- б) дифференцированных цен;
- в) проникновения на рынок;
- г) следования за лидером.

Тест 3.

Стратегия, при которой установление цен на более низком уровне, чем, по мнению большинства покупателей, заслуживает товар с данной экономической ценностью, называется стратегией:

- а) премиального ценообразования;
- б) скидок;
- в) скорейшего возврата средств;
- г) ценового прорыва.

Тест 4.

Таможенная пошлина – это:

- а) косвенный налог;
- б) нет верного ответа;
- в) прямой налог;
- г) ценовое вознаграждение таможенного органа за его услуги.

Тест 5.

Тарифы как цены на услуги могут быть...

- а) макроэкономическими;
- б) маржинальными;
- в) оптовыми;
- г) розничными.

Критерии оценивания тестовых заданий:

Балы	Описание критерия	
4	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
3	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
2	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0-1	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Контрольные задания:

Задание 1.

Определить среднюю цену 1 кг сахара, проданного торговой фирмой товара в отчетном и базисном периодах, а также индекс изменения цен (т.е. коэффициент или процент пересчета, отражающий изменение цен в отчетном периоде), используя данные, приведенные в таблице 1.

Таблица 1

Характеристика показателей торгового предприятия

Квартал года	2024г. (базисный)		2025г. (отчетный)	
	Количество проданного сахара, кг	Цена 1 кг сахара, руб.	Количество проданного сахара, кг	Цена 1кг сахара руб.
I	4000	62	4000	70
II	5000	64	5000	72
III	7000	66	7000	75
IV	9000	68	9000	76

Итого	25000	—	25000	—
-------	-------	---	-------	---

Задание 2.

Рассчитать среднюю цену товара в целом за 2025 год, при следующих фиксированных данных о ценах на начало каждого месяца, таблица 1:

Таблица 1

Фиксированные данные о ценах на начало месяца

Периоды регистрации цен (число, месяц)	01.01	01.02	01.03	01.04	01.05	01.06	01.07	01.08	01.09	01.10	01.11	01.12
Фиксированные данные о ценах товара	120	123	124	124	126	127	127	128	130	134	136	138

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной знаний по разделу	Максимальное количество баллов за работу в рамках КЗР, которое может набрать студент
КЗР 1	5
КЗР 2	5
КЗР 3	5
Итого:	15

5.4. **Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:**

КТ – 1.

Доклад:

1. Совершенствование механизма ценообразования в компаниях и фирмах.

Тематика докладов:

1. Общие положения по формированию ценовой политики предприятия.
2. Основные принципы функционирования ценового механизма согласно теории Маршалла.
3. Развитие теории рыночного ценообразования и его современная

концепция.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Балы	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	1	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	1	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	1	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0,5	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0,5	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора

Итого максимально:	4	
--------------------	---	--

Опрос:

Вопросы для опроса:

№ п.п.	Содержание вопроса
1.	Каковы особенности проявления цены на потребительском рынке?
2.	Обозначьте и охарактеризуйте основные функции цены.
3.	В чем заключается взаимосвязь функций цены?
4.	В каких случаях функции цены взаимодействуют друг с другом, а в каких вступают в противоречие?
5.	Обозначьте виды цен по основным классификационным критериям.
6.	Дайте развернутую характеристику каждому виду цены.
7.	Охарактеризуйте основные направления по сокращению рисков, с которыми сталкиваются предприятия в процессе формирования и реализации маркетинговой ценовой политики?
8.	Каковы различия применяемых подходов к исследованию маркетинговой ценовой политики предприятия?
9.	В чем преимущества и недостатки каждого из примененных подходов к исследованию маркетинговой ценовой политики предприятия?
10.	Обозначьте основные методы исследования влияния факторов маркетингового ценообразования, которые используются на предприятиях в современных условиях.

Критерии оценивания опроса:

Балы	Описание критерия
3	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
2	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
1	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

КТ – 2.

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Тест 1.

Авторы доктрин о цене, еще в древнем мире, пытались найти:

- а) справедливую цену;
- б) происхождение цены;
- в) реальную цену;
- г) составляющие цены.

Тест 2.

Функция цены - это...

А) совокупность общих свойств, которые объективно присущи цене как экономической категории;

Б) внешние проявления свойств, которые характерны для любой цены независимо от ее вида;

В) формы реализации в реальной действительности ее сущности как экономической категории и внешнего проявления содержания;

Г) все варианты верны.

Тест 2.

Распределительная функция цены состоит в том, что...

А) цена поощрительно воздействует на производителя посредством содержащейся в ней прибыли.;

Б) посредством цен происходит распределение и перераспределение чистого национального дохода;

В) посредством цен связываются между собой спрос и предложение (производство и потребление);

Г) цена показывает, сколько стоит удовлетворение определенной потребности в конкретной продукции.

Тест 3.

Свободные цены (рыночные цены) – это цены...

А) устанавливаемые соответствующими органами управления,

Б) устанавливаемые производителями продукции и услуг на основе спроса и предложения на данном рынке;

В) устанавливаемые в момент подписания договора и не меняется в течение всего срока поставки продукции по данному договору;

Г) устанавливаемые на изделия, требующие длительного срока изготовления.

Тест 4.

С учетом фактора времени выделяются цены:

А) постоянные, сезонные, ступенчатые;

Б) справочные, прейскурантные, расчетные;

В) цена-нетто, цена-брутто;

Г) подвижные, скользящие, лежащие.

Тест 5.

Согласно теории Маршалла, ценовой механизм функционирует следующим образом:

а) цена формируется под влиянием рыночных условий;

б) при падении спроса - цена падает;

в) устойчивая цена устанавливается в той точке, где спрос равняется предложению;

г) потребительский спрос формирует цену на товары.

Критерии оценивания тестовых заданий:

Балы	Описание критерия	
4	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
3	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
2	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0-1	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

0* - в журнал академической группы не выставляется

КТ – 3.

Контрольные задания:

Задание 1

Для производства 300 булок подольского хлеба предприятием закуплено сырья на сумму 1000 рублей с учетом НДС. Издержки производства хлеба предприятием (без НДС) помимо затрат на сырье – 300 рублей. Прибыль устанавливается предприятием в размере 20% от совокупных издержек. Ставка НДС на хлеб – 10%. Определите свободную отпускную цену промышленности на хлеб.

Задание 2

Составьте калькуляцию себестоимости 100 кг писчей бумаги.

Известны следующие данные о затратах на производство 100 кг писчей бумаги:

Стоимость сырья – 3000 рублей.

Транспортные расходы – 1% от стоимости сырья.

Топливо и энергия на технологические цели – 200 рублей.

Заработная плата производственных рабочих – 800 рублей.

Социальные отчисления во внебюджетные фонды – 38,7% от заработной платы производственных рабочих.

Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования – 50% от заработной платы производственных рабочих.

Цеховые расходы – 80% от заработной платы производственных рабочих.

Общехозяйственные расходы – 85% от заработной платы производственных рабочих.

Внепроизводственные расходы – 1,5% от производственной себестоимости.

Задание 3

Обувная фирма заключила договор с оптовой базой на поставку партии женских сапог по цене 25000 руб. за пару, включив в договор поставки оговорку о повышении цены в случае увеличения издержек на материалы и заработную плату. Определить повышение цены (в %) за время, прошедшее с момента подписания договора до фактической их поставки. Известно, что за этот период при изготовлении одной пары сапог стоимость материалов увеличилась с 6000 до 8000 руб., размер заработной платы основных рабочих - с 800 до 1000 руб.

Необходимо учесть, что при определении цены доля материалов составляет 60% от цены, доля заработной платы – 20% от цены.

Критерии оценивания контрольных заданий:

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
65-84	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не

	содержащие ошибок.
55-64	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-54	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (при необходимости).

Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация зачет с оценкой проводится в письменной форме. Обучающийся получает задание с вариантами задач. Обучающийся получает чистые маркированные листы бумаги для записей решения задач, затем приступает к решению. Необходимо дать ответ в письменном виде, подробно изложив ход решения, при необходимости завершить решение выводами.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Тема 1 Экономическая сущность ценовой политики предприятия ПК-2.5.

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос
1.	Понятие, цели, функции маркетинговой ценовой политики
2.	Понятие структуры цены

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов:

Задание 1

Прочитайте текст и установите соответствие.

Методы маркетингового ценообразования представляют набор стратегий, позволяющих точно определить стоимость товаров или услуг, так

как цена является одним из наиболее критически важных элементов маркетингового комплекса.

Соотнесите утверждения, связанные с применением различных затратных методов маркетингового ценообразования, учитывая множество факторов, с соответствующими понятиями.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Затратные методы формирования цен		Операции затратных методов формирования цены	
А	Метод прямых затрат (минимальных издержек)	1.	Метод позволяет установить цену, которая поможет получить конкретную прибыль, при этом спрос и конкуренция на рынке не учитываются. Основная задача — покрыть все расходы на производство
Б	Метод полных издержек	2.	Фирма оценивает спрос на товар при разных ценах и, исходя из прогнозируемого объема продаж, делает наценку. При этом постоянные расходы покрываются из наценки
В	Метод учета рентабельности инвестиций	3.	Используется при планировании увеличения продаж за счет имеющихся производственных мощностей и при этом цена учитывает только затраты на выпуск каждой дополнительной единицы продукции
Г	Метод предельных (переменных) издержек	4.	Применяется если для производства продукции привлекают инвестиции, и нужно определить цену, которая окупит вложения
Д	Метод на основе анализа и расчета точки безубыточности (целевой прибыли)	5.	предприятие рассчитывает показатели себестоимости и объема продаж, которые обеспечат отсутствие убытков
		6.	Ценообразование основано на анализе баланса спроса и предложения с учетом проведения маркетинговых исследований и опросов

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Ответ:

№ задания	Верный ответ
1	

Задание 2

Предприятие «Альфа» испытывает значительные финансовые трудности, характеризующиеся отрицательным денежным потоком и высокой долговой нагрузкой. Какие первоочередные меры в рамках антикризисного управления должны быть предприняты для стабилизации его положения?

Решение.

Первоочередными мерами для предприятия «Альфа» должны стать:

1. Проведение детального финансового аудита и диагностики: для точного определения причин кризиса и его масштаба.
2. Оптимизация структуры капитала: переговоры с кредиторами о реструктуризации задолженности (отсрочка платежей, изменение процентной ставки, конвертация долга в акции).
3. Сокращение издержек: анализ и уменьшение операционных расходов, включая оптимизацию штатной численности, сокращение непроизводственных расходов, пересмотр контрактов с поставщиками.
4. Генерация денежного потока: ускорение оборачиваемости дебиторской задолженности, распродажа неликвидных активов, возможно, проведение краткосрочных акций для стимулирования продаж.
5. Разработка плана финансового оздоровления: с четкими целями, сроками и ответственными лицами, ориентированного на восстановление платежеспособности и рентабельности.

2. Задания комбинированного типа:

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	<p>Каким образом изменение цены влияет на общую прибыль предприятия, согласно концепции ценообразования, и почему это делает ценовую политику критически важным инструментом?</p> <p>Варианты ответов: а) оказывает прямое</p>		

	<p>влияние б) непропорциональное влияние на общую прибыль</p>		
2.	<p>Приведите примеры двух стратегий ценообразования, которые используются для достижения различных рыночных целей, и объясните их экономическую логику.</p> <p>Варианты ответов: а) Стратегия проникновения, "снятия сливок" б) стратегия снижения цены</p>		

3. Задания закрытого типа.

3.1. Тестовые задания.

Тест 1

Что из перечисленного НЕ является целью ценовой политики предприятия?

- а) Максимизация прибыли
- б) Увеличение доли рынка
- в) Снижение издержек производства
- г) Формирование имиджа компании

Тест 2

Какой тип ценовой политики предполагает установление максимально высокой цены на новый товар для быстрого возврата инвестиций?

- а) Политика "снятия сливок"
- б) Политика проникновения на рынок
- в) Политика стабильных цен
- г) Политика гибких цен

Тест 3

Что отражает понятие "ценовая дискриминация"?

- а) Установление одинаковых цен на все товары
- б) Продажа одного и того же товара разным покупателям по разным

ценам

- в) Снижение цен для привлечения новых клиентов
- г) Повышение цен при росте спроса

Тест 4

Ключевым элементом ценовой политики, который определяет уровень цен, является:

- а) Производственные мощности
- б) Маркетинговая стратегия
- в) Себестоимость продукции
- г) Все вышеперечисленное

Тест 5

На что в первую очередь ориентирована ценовая политика, направленная на завоевание доли рынка?

- а) На максимальную прибыль с каждого проданного товара
- б) На привлечение как можно большего числа покупателей, даже ценой снижения нормы прибыли
- в) На создание имиджа эксклюзивности продукта
- г) На поддержание стабильного уровня цен в отрасли

Тема 2. Система цен и их классификация ПК-2.5.

Задание 1.

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос
1.	Классификация цен и их значение
2.	расчет цены предприятия, ее структура

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов:

Задание 1

Производитель продукции, исходя из 75% загрузки производственной мощности, включил в свою программу выпуск продукции А в количестве 50000 шт. в год. Полные затраты этого выпуска составили 210000 руб. Процент рентабельности к полным затратам принят на уровне 20%. В следующем отчетном году предприятие планирует увеличить выпуск продукции до 55000 шт. в год и полные затраты выпуска составят 250000 руб.

Задание:

С помощью метода полных затрат определите:

1. Сумму прибыли, которую желает получить предприятие и цену реализации одной единицы продукции, при выпуске продукции А в количестве 50000 шт. и полных затратах 210000 руб.

2. Определите, сможет ли предприятие сохранить рентабельность 20% в случае увеличения выпуска продукции до 55000 шт. и увеличении затрат до 250000 руб.

3. Сделайте вывод и предложите выход из сложившегося положения.

Ответ:

Задача 2

Какова экономическая целесообразность продажи непрофильных активов в условиях кризиса, и каким образом это может способствовать антикризисному управлению? Экономическая целесообразность продажи непрофильных активов в условиях кризиса обусловлена несколькими факторами:

1. Повышение ликвидности: продажа активов, не связанных напрямую с основной деятельностью, генерирует денежные средства, которые могут быть немедленно направлены на погашение долгов, покрытие операционных расходов или инвестирование в кризисное управление.
2. Фокусировка на ключевой компетенции: избавление от непрофильных направлений позволяет менеджменту сконцентрировать усилия и ресурсы на тех видах деятельности, которые приносят основную прибыль и являются конкурентным преимуществом компании.
3. Снижение издержек: непрофильные активы часто требуют дополнительных затрат на содержание и управление, их продажа снижает общую операционную нагрузку.
4. Улучшение структуры баланса: продажа неэффективных активов может улучшить соотношение собственного и заемного капитала, а также сделать баланс более прозрачным и привлекательным для инвесторов или кредиторов.

Таким образом, продажа непрофильных активов является важным инструментом антикризисного управления, способствующим стабилизации финансового положения и повышению операционной эффективности.

2. Задания комбинированного типа:

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	1. Каковы основные критерии, по которым классифицируют цены?		

	<p>Варианты ответов:</p> <p>а) -По степени подвижности, -По охвату - По назначению</p> <p>б) полные (включают все затраты) и прямые</p>		
2.	<p>Зачем предприятиям необходима классификация цен?</p> <p>Варианты ответов:</p> <p>а) Анализировать ценовую политику, планировать и прогнозировать, управлять затратами</p> <p>б) Обеспечивать юридическое соответствие:</p>		

3. Задания закрытого типа.

3.1. Тестовые задания.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Тест 1.

Какой вид ценообразования основан на учете всех затрат предприятия и желаемой нормы прибыли?

- а) Ценообразование на основе спроса
- б) Ценообразование на основе затрат
- в) Конкурентное ценообразование
- г) Ценообразование на основе ценности

Тест 2.

В каком типе ценообразования цена устанавливается исходя из восприятия покупателем выгоды товара или услуги?

- а) Ценообразование на основе затрат
- б) Ценообразование на основе спроса
- в) Ценообразование на основе конкуренции
- г) Ценообразование на основе психологических факторов

Тест 3.

При каком методе ценообразования компания анализирует цены конкурентов и устанавливает свои цены соответственно?

- а) Ценообразование на основе затрат
- б) Ценообразование на основе спроса
- в) Конкурентное ценообразование
- г) Ценообразование "по выбору"

Тест 4.

Какую форму ценовой дискриминации используют, когда разные группы покупателей имеют разную эластичность спроса?

- а) Дискриминация по ассортименту
- б) Дискриминация по времени
- в) Дискриминация по группам потребителей
- г) Ценовое лидерство

Тест 5.

Примером какого вида ценообразования является продажа билетов в кино по разным ценам для студентов, пенсионеров и взрослых?

- а) Ценообразование "проникающее"
- б) Ценообразование "снятие сливок"
- в) Ценовая дискриминация по потребителям
- г) Ценообразование для новых товаров

Тест 6.

Что означает "динамическое ценообразование"?

- а) Установление постоянной цены на товар
- б) Изменение цены в зависимости от рыночных условий и спроса в реальном времени
- в) Ценообразование на основе себестоимости
- г) Установление цены путем переговоров

Тема 3. Факторы маркетингового ценообразования ПК-2.5

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос
1.	Факторы внешние, которые влияют на маркетинговую ценовую политику

2.	Факторы внутренние, которые влияют на маркетинговую ценовую политику
----	--

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов:

Задание 1.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Ценовая стратегия оказывает решающее влияние на уровень спроса и продаж и, следовательно, на объем получаемой прибыли и эффективность всей производственно-сбытовой системы.

Логистическое предприятия занимается перевозками и для улучшения логистической деятельности планирует внедрение эффективной ценовой стратегии, ориентированной на цели компании, направленные на конкурентоспособность.

Выберите из предложенных ценовых стратегий наиболее эффективные и обоснуйте свой выбор:

- А. Ценообразование, основанное на ценности.
- Б. Стратегия гибкого ценообразования.
- В. Стратегия дифференцированного ценообразования.
- Г. Стратегия ценообразования на основе затрат.
- Д. Стратегия премиального ценообразования.

Ответ:

Обоснование выбора:

2. Задания комбинированного типа:

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Каковы основные внутренние факторы, влияющие на ценообразование персональных компьютеров? Варианты ответов: а) -издержки производства. -цели маркетинга и бизнеса, -характеристики продукта, б) ценовая политика		
2.	Как внешние факторы,		

	<p>такие как конкуренция и экономическая ситуация, формируют ценовую политику?</p> <p>Варианты ответов:</p> <p>а) Конкуренция, состояние рынка и покупательская способность,</p> <p>технологические тренды</p> <p>б) Законодательные и нормативные акты,</p>		
--	--	--	--

3. Задания закрытого типа.

3.1. Тестовые задания.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Тест 1.

Какая стратегия применяется, когда новый товар выпускается по высокой цене с целью получения максимальной прибыли от ранних последователей?

- а) Стратегия "проникающего" ценообразования
- б) Стратегия "снятия сливок"
- в) Стратегия конкурентного ценообразования
- г) Стратегия ценовой нейтральности

Тест 2.

Ценообразование "проникающее" предполагает:

- а) Установление высокой цены на новый товар
- б) Установление низкой цены на новый товар для быстрого завоевания доли рынка
- в) Постепенное снижение цены на новый товар
- г) Привязку цены к ценам конкурентов

Тест 3.

Какая из перечисленных ситуаций наиболее подходит для использования стратегии "снятия сливок"?

- а) Массовое производство стандартизированного продукта
- б) Выпуск уникального инновационного продукта с высокой воспринимаемой ценностью
- в) Устойчивый и зрелый рынок с сильной конкуренцией
- г) Товар с низкой степенью дифференциации

Тест 4.

Какой прием ценообразования используется, когда цена устанавливается на уровне 99,99 руб. вместо 100 руб.?

- а) Ценообразование "магнитом"
- б) Ценообразование "престиж"
- в) Ценообразование "округленных цен"
- г) Ценообразование "нечетных цен"

Тест 5.

Установка очень высокой цены на товар с целью создания ощущения элитарности и высокого качества называется:

- а) Ценообразование "магнитом"
- б) Ценообразование "престиж"
- в) Ценообразование "по выбору"
- г) Ценообразование "комплектном"

Тест 6.

Когда товары продаются по специальной низкой цене, чтобы привлечь покупателей в магазин, где им, как ожидается, будут предложены и другие, более дорогие товары, это называется:

- а) Ценообразование "престиж"
- б) Ценообразование "магнитом"
- в) Ценообразование "на основе затрат"
- г) Ценообразование "для выживания"

Ответы: б)

Тема 4. Структура цены. Роль расходов в формировании ценовой политики предприятия ПК-2.5.

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос
1.	Основные понятия, структура цены.
2.	Назовите состав затрат для формирования маркетинговой ценовой политики

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов:

Задание 1.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Существует конкурентный рынок, затраты на котором тесно связаны со степенью освоения производства, Организации А, Б, В, Г выпускают одинаковую продукцию по 200 единиц за период каждая, но у организации А больше опыта, а средние затраты на единицу минимальные и равны 2 000руб., она получает больше дохода, чем другие организации. Цена в настоящий момент составляет 4 000 руб. за единицу продукции. Потребители чувствительны к уровню цены и быстро реагируют на ее изменение.

1. Определите ценовую стратегию следует предпочесть организации А.

2. Оцените, как предложенная ценовая стратегия отразится на деятельности других организаций

3. Обоснуйте действия других организаций относительно предложенной маркетинговой стратегии.

Ответ:

2. Задания комбинированного типа:

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	<p>Каковы основные составляющие структуры цены, и как расходы влияют на каждую из них?</p> <p>Варианты ответов: а) себестоимость продукции (или услуги), затраты на сбыт, налоги и сборы, а также прибыль б) прибыль</p>		
2.	<p>Каким образом предприятие может использовать анализ расходов для оптимизации своей ценовой политики?</p> <p>Варианты ответов: а) позволяет выявить неэффективные статьи расходов, найти возможности для их снижения без ущерба для качества продукции или уровня сервиса.</p>		

	б) с помощью факторов, влияющих на расходы, дает возможность прогнозировать их динамику		
--	---	--	--

3. Задания закрытого типа.

3.1. Тестовые задания.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Тест 1.

Постоянные цены- это...

а) постоянно меняются в течение всего времени существования товара под влиянием разных ценовых факторов;

б) устанавливается на основе договора купли-продажи между покупателем и реализатором;

в) цены, которые приведены в прейскурантах или в каталоге и действуют продолжительный период (полгода и больше) времени до очередного их пересмотра;

г) цены, которые отражены в договоре.

Тест 2.

Единая цена- это...

а) включает расходы по факту от конкретного базисного пункта к покупателю;

б) включают расходы на транспортировку товара от производителя до потребителя;

в) цена после вычета всех скидок; цена с которой не делается скидка;

г) не зависит от местоположения потребителя, включает расходы по факту по единой ставке.

Тест 3.

Прогнозируемые цены- это...

а) цены, которые являются результатом математических преобразований и используются для проведения сравнительного анализа.

б) цена, выше которой предприятие не может устанавливать цену на свою продукцию, услуги.

в) это цена, отражающая стоимость товара, который применяется только в технических целях;

г) плановые – рассчитываются научными учреждениями на перспективу;

Тест 4

Количественные показатели- это...

а) валовой внутренний продукт (ВВП), национальный доход, объем капитальных вложений, объем товарооборота, объем продукции фирмы, предприятий и отраслей и др;

б) рентабельность, производительность труда, фондоотдача и др;

в) учитывает изменения конъюнктуры рынка, связанные с динамикой товара на этапах жизненного цикла;

г) поощрительное и сдерживающее воздействию цены на производство и потребление различных видов товаров;

Тест 5.

Монопольная цена- это...

а) специфическая форма рыночной цены товара, отклоняющаяся от стоимости и цены производства в результате монопольного положения на рынке продавца или покупателя товара и обеспечивающая получение монопольной сверхприбыли;

б) устанавливается по договоренности производителя с продавцом или другими субъектами процесса покупки-продажи товара и на эту цену не имеют права влиять никакие другие структуры, в том числе и органы власти;

в) которые устанавливаются на основании заключенных соглашений между предприятиями - производителями и предприятиями, которые в дальнейшем будут реализовывать этот товар;

г) которую входят производственная цена предприятия и косвенные налоги: акцизный сбор и налог на добавленную стоимость производственного предприятия.

Тема 5. Методические подходы к ценообразованию в системе управления предприятием ПК-2.5.

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос
1.	Назовите основные методы маркетинговой ценовой политики
2.	Назовите этапы установления цены с применением различных методов ценообразования

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов:

Задание 1.

Задание комбинированного типа,

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Укажите и обоснуйте наиболее эффективные методы маркетингового ценообразования для определения затрат на выполнение поставок и хранение товарно -материальных ценностей.

- А. Метод пробных продаж.
- Б. Метод прямых затрат.
- В. Метод психологического ценообразования.
- Г. Метод параметрический.
- Д. Аукцион.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 2

Компания "Бета" занимается оптовой продажей канцелярских товаров. Постоянные расходы фирмы (аренда склада, зарплаты административного персонала) составляют 100 000 руб. в месяц. Переменные расходы на единицу товара (закупка, упаковка, транспортировка) – 50 руб. Розничная цена единицы товара – 100 руб. Определите точку безубыточности в натуральном выражении.

Точка безубыточности (в натуральном выражении) = Постоянные расходы / (Цена за единицу – Переменные расходы на единицу) = 100 000 руб. / (100 руб. – 50 руб.) = 2 000 единиц.

2. Задания комбинированного типа:

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какие основные методические подходы к ценообразованию применяются в системе управления предприятием? Варианты ответов: а) затратный метод, рыночный метод и ценностный метод		

	б) ценовой метод		
2.	<p>Как выбор методического подхода влияет на конкурентоспособность предприятия?.</p> <p>Варианты ответов:</p> <p>а) Ценностный подход, при правильном применении, максимизирует прибыль.</p> <p>б) Затратный подход</p>		

3. Задания закрытого типа.

3.1. Тестовые задания.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Тест 1.

Какой основной фактор определяет необходимость применения различных методических подходов к ценообразованию?

- а) Размер предприятия
- б) Отраслевая специфика и рыночные условия
- в) Доступность производственных ресурсов
- г) Уровень образования управленческого персонала

Тест 2.

К какому типу методических подходов относится "метод удельных затрат"?

- а) Методы, основанные на затратах
- б) Методы, основанные на спросе
- в) Методы, основанные на конкуренции
- г) Стратегические методы

Правильный ответ: а)

Тест 3.

Цель "метода прямой калькуляции" состоит в:

- а) Оценке рыночной стоимости аналогов
- б) Отражении всех косвенных затрат в цене
- в) Определении себестоимости единицы продукции
- г) Анализе ценовой политики конкурентов

Тест 4.

"Метод среднеотраслевой цены" является ярким представителем:

- а) Затратных подходов
- б) Рыночных подходов
- в) Аналитических методов
- г) Макроэкономического анализа

Тест 5.

При формировании цен на новые, уникальные продукты, наиболее целесообразным является применение:

- а) Метода добавленной стоимости
- б) Метода текущих рыночных цен
- в) Метода переменных затрат
- г) Метод ценового лидерства

Тема 6. Стратегии ценообразования и особенности их применения в разных сферах деятельности ПК-2.5.

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос
1.	Что представляет ценообразование на основе воспринимаемой ценности
2.	Назовите положение наиболее характерно для ценообразования в В2В

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов:

Задание 1.

Задание открытого типа с развернутым ответом

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Промышленное предприятие на производство 5 станков потратило 550000 руб. Заработная плата рабочих составила 230000 руб. Управленческие и общехозяйственные расходы составили 120000 руб. Процент рентабельности к полным затратам принят на уровне 20%.

В следующем отчетном периоде предприятие планирует установить процент рентабельности к полным затратам в размере 25% при сохранении суммы полных затрат при выпуске 5 станков.

Задание:

1. Предложите механизм формирования розничной цены на токарный станок, выполнив расчет показателей:

- общих затрат на производство 5 станков;
- себестоимости одного станка;
- желаемой суммы прибыли на один станок.

2. Укажите, насколько необходимо увеличить цену одного станка, чтобы в планируемом периоде получить процент рентабельности к полным затратам 25%.

3. Сделайте выводы и обоснуйте, какие шаги и маркетинговые решения необходимо предпринять предприятию в сложившейся ситуации.

Ответ:

2. Задания комбинированного типа:

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Каковы основные цели, которые преследует компания при разработке стратегии ценообразования? Варианты ответов: а) максимизация прибыли б) управление ценами		
2.	Приведите пример отличий в применении стратегий ценообразования в сфере услуг по сравнению с производством товаров. Варианты ответов: а) дифференцированное ценообразование б) стратегии, ориентированные на себестоимость и конкуренцию		

3. Задания закрытого типа.

3.1. Тестовые задания.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Тест 1.

Какая стратегия ценообразования предполагает установление самой низкой цены на рынке для привлечения максимального числа покупателей?

- а) Ценообразование на основе воспринимаемой ценности
- б) Стратегия "проникающего" ценообразования (Penetration Pricing)
- в) Стратегия "снятия сливок" (Skimming Pricing)
- г) Ценообразование на основе издержек

Тест 2.

Применение какой стратегии ценообразования наиболее оправдано для инновационных продуктов с уникальными характеристиками и высокой степенью новизны?

- а) Ценообразование на основе издержек
- б) Стратегия "снятия сливок" (Skimming Pricing)
- в) Стратегия "на основе цен конкурентов"
- г) Динамическое ценообразование

Тест 3.

Какое из перечисленных ниже положений наиболее характерно для ценообразования в B2B (бизнес для бизнеса) сегменте по сравнению с B2C (бизнес для потребителя)?

- а) Большее влияние эмоциональных факторов при принятии решения о покупке
- б) Более высокая степень стандартизации продуктов и услуг
- в) Длительный цикл принятия решений и большая ориентация на долгосрочные контракты
- г) Преобладание розничных цен

Тест 4.

В какой отрасли, как правило, активно применяется стратегия ценообразования на основе воспринимаемой ценности, где цена значительно коррелирует с пользой и статусом, которые получает потребитель?

- а) Сфера производства базовых сырьевых товаров
- б) Рынок предметов роскоши и люксовых брендов
- в) Оптовая торговля стандартными комплектующими
- г) Сектор государственных закупок

Тест 5.

Какая из отраслей, согласно исследованиям, чаще всего прибегает к

динамическому ценообразованию, корректируя цены в реальном времени в зависимости от спроса, времени суток или других факторов?

- а) Производство продовольственных товаров длительного хранения
- б) Сфера авиаперевозок и гостиничного бизнеса
- в) Издательская деятельность
- г) Фармацевтическая промышленность

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС

Донецкого филиала РАНХиГС

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<p>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</p>	40
<p>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</p>	30-39
<p>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</p>	20-29
<p>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</p>	0-19

6.4. Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал

лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность — до 15 минут. Вторая часть — выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность — 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе

этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность - 5 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Маркетинговое ценообразование : учебное пособие / составитель Л. В. Алексахина. — Керчь : КГМТУ, 2020. — 65 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/140612> (дата обращения: 31.03.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Николаева, Т. Е. Издержки в ценообразовании : учебное пособие / Т. Е. Николаева, Е. И. Громова. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 51 с. — ISBN 978-5-9765-4221-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/121585> (дата обращения: 31.03.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Бакунов, А. А. Ценообразование : учебное пособие / А. А. Бакунов, Т.

В. Позжаева. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2024. — 84 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/427553> (дата обращения: 31.03.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8.2. Дополнительная литература

1. Боровских, Н. В. Ценообразование : учебное пособие / Н. В. Боровских, Е. А. Кипервар. — Омск : ОмГТУ, 2024. — 107 с. — ISBN 978-5-8149-3868-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/504293> (дата обращения: 31.03.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей. 3. Быкова, А. В. Поведение потребителей : учебное пособие / А. В. Быкова, Л. И. Овчинникова. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 69 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/167598> (дата обращения: 29.03.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Ларионова, О. А. Ценообразование. Методы ценообразования : учебное пособие / О. А. Ларионова. — Рязань : РГРТУ, 2022. — 48 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/310556> (дата обращения: 31.03.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Ларионова, О. А. Ценообразование. Классификация цен и их система : учебное пособие / О. А. Ларионова. — Рязань : РГРТУ, 2025. — 48 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/168017> (дата обращения: 31.03.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Не используются

8.4. Интернет-ресурсы

<http://www.ezproxy.ranepa.ru:3561/login?url=http://www.biblio-online.ru/>
<http://www.ezproxy.ranepa.ru:3561/login?url=http://iprbookshop.ru/>
<http://www.consultant.ru/>
<http://www.biblioclub.ru/>

5. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Требования к аудитории:

- Лекционные
- Семинарские

- Помещения для самостоятельной работы

Требования к оборудованию:

- Доска
- проектор
- ПК (стационарный) или ноутбук: операционная система: не ниже Windows 7 (или аналогичная по функциям)

Требования к программному обеспечению:

- пакет Microsoft Office

