

Частное образовательное учреждение высшего образования
"Ростовский институт защиты предпринимателя"

(г. Ростов-на-Дону)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор
Паршина А.А.

**ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В
СФЕРЕ ТОРГОВЛИ**

**Ценообразование в торговой деятельности
рабочая программа дисциплины (модуля)**

Учебный план 38.02.08_ОФО_СОО_2024.plx
38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Квалификация **специалист торгового дела**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **0 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 76

Виды контроля в семестрах:
зачеты с оценкой 3

в том числе:

аудиторные занятия 64

самостоятельная работа 8

контактная работа во время
промежуточной аттестации (ИКР) 0

часов на контроль 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	10			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	38	38	38	38
Практические	26	26	26	26
В том числе в форме практ.подготовки	22	22	22	22
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64	64	64	64
Сам. работа	8	8	8	8
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	76	76	76	76

Программу составил(и):
к.п.н., доц., препод., Разномазова М.А.

Рецензент(ы):
к.э.н., проф. , Епифанова Т.В.

Рабочая программа дисциплины
Ценообразование в торговой деятельности

разработана в соответствии с ФГОС СПО:
Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности
38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО (приказ Минобрнауки России от 19.07.2023 г. № 548)

составлена на основании учебного плана:
38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО
утвержденного учёным советом вуза от 18.01.2024 протокол № 13.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Экономика и таможенное дело (СПО)

Протокол от 25.12.2023 г. № 5

Директор Грищенко М.А.

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

1.1	В результате изучения междисциплинарного курса обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	МДК.02
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Автоматизация торгово-технологических процессов
2.1.2	Безопасность жизнедеятельности
2.1.3	Иностранный язык в профессиональной деятельности
2.1.4	Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
2.1.5	Организация и осуществление продаж
2.1.6	Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынке
2.1.7	Прикладные компьютерные программы в профессиональной деятельности
2.1.8	Производственная практика
2.1.9	Производственная практика
2.1.10	Технология интернет-маркетинга
2.1.11	Управление ассортиментом товаров
2.1.12	Учебная практика
2.1.13	Учебная практика
2.1.14	Экзамен по модулю
2.1.15	Экзамен по модулю
2.1.16	История России
2.1.17	Розничная торговля продовольственными товарами
2.1.18	Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда
2.1.19	Производственная практика
2.1.20	Учебная практика
2.1.21	Экзамен по модулю
2.1.22	Эксплуатация контрольно-кассовой техники
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Защита выпускной квалификационной работы
2.2.2	Основы бережливого производства
2.2.3	Основы финансовой грамотности
2.2.4	Подготовка выпускной квалификационной работы
2.2.5	Подготовка к государственным экзаменам
2.2.6	Правовое обеспечение профессиональной деятельности
2.2.7	Проведение государственных экзаменов
2.2.8	Производственная практика
2.2.9	Психология и этика профессиональной деятельности
2.2.10	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами
2.2.11	Учебная практика
2.2.12	Экзамен по модулю
2.2.13	Подготовка к демонстрационному экзамену
2.2.14	Проведение демонстрационного экзамена

3. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) – ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТУ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:	
3.1 Знать	составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; методы изучения рынка, анализа окружающей среды;

порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;
 этапы маркетинговых исследований, их результат;
 методы проведения маркетингового исследования;
 психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;
 средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики;
 порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;
 виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
 методы оценки конкурентной среды;
 нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
 роль и значение бизнес-плана;
 основные функции бизнес-плана;
 классификацию основных типов бизнес-планов;
 методологию и процессы развития бизнес-идеи;
 порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью;
 принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий;
 методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;
 методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;
 методы, способы и приемы для решения задач по анализу;
 типы факторных моделей;
 схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа;
 методику анализа эффективности использования производственных ресурсов
 методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации;
 спектр специализированных программных продуктов;
 интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;
 инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения;
 риски: понятия и видов;
 методы оценки риска, связанных с бизнесом;
 меры снижения риска, связанных с бизнесом;
 методы оценки выполнимости бизнес-идеи;
 основные способы анализа и оценки рисков;
 состав моделей оценки риска;
 способы оценки риска ликвидности.

3.2 Уметь

применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
 определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;
 составлять комплексный план проведения маркетингового исследования;
 анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
 составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;
 проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;
 обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
 использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков;
 обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных;
 анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
 применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
 развивать идеи до бизнес-предложений;
 оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;
 оценивать риски, связанные с бизнесом;
 анализировать бизнес-концепции;
 предлагать идеи для дальнейшего развития;
 применять методы принятия оптимальных решений;
 находить аргументы в пользу идей;
 принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели;
 обосновывать и оценивать цели и ценности;
 представлять идеи, дизайн, видения и решения;
 применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;
 использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;
 создавать деловые электронные презентации
 собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;
 использовать методы экономического анализа;

анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;
оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;
разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;
оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;
предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;
собирать информацию о бизнес-проблемах;
анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.

3.3 Владеть навыками

выявления проблем и формулирования целей исследования;
планирования проведения маркетингового исследования;
определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;
подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;
поиска первичной и вторичной маркетинговой информации;
подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования;
проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;
разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;
применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;
применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации;
проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках;
применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана;
разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов;
расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов;
определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности;
сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.

ОК 01.: Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам

ОК 02.: Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03.: Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК 04.: Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05.: Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 07.: Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 09.: Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ПК 2.5.: Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.

ПК 2.6.: Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов

ПК 2.7.: Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.

ПК 2.8.: Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Ценообразование в торговой деятельности						
1.1	Цена как экономическая категория /Тема/	3					

1.2	Понятие цены. Теоретические концепции цены. Виды и функции цен. /Лек/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.3	Конкурентные и монопольные цены. Особенности формирования цен на факторы производства. /Лек/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.4	Состав и структура цены. Формы и методы государственного регулирования. /Лек/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.5	Практическое занятие № 1. Решение задач на определение цены с учетом ее структуры. /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.6	Методы ценообразования /Тема/	3					
1.7	Товарная и ценовая политика предприятия. Механизм установления цены. /Лек/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.8	Затратные методы ценообразования. Определение цены с ориентацией на спрос. /Лек/	3	3	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.9	Определение цены с ориентацией на конкуренцию. Особенности ценообразования на новые товары и научно-техническую продукцию. /Лек/	3	3	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.10	Практическое занятие № 2. Решение задач на расчет цены изготовителя методом полных затрат. /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		

1.11	Практическое занятие № 3. Решение задач на расчет цены изготовителя методом стандартных полных затрат. Решение задач на расчет цены методом удельной цены. /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.12	Практическое занятие № 4. Решение задач на расчет цены агрегатным методом и методом регрессии /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.13	Основные ценообразующие факторы, учитываемые при формировании цен торговых предприятий /Тема/	3					
1.14	Структура рынка. Конкурентная среда. Тип товара и эластичность спроса. Ценность товара и прочие факторы, влияющие на ценообразование. /Лек/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.15	Практическое занятие № 5. Решение задач на определение коэффициента эластичности спроса от цены. Расчет цены методом максимизации продаж с учетом эластичности спроса. /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.16	Практическое занятие № 6. Решение задач на определение максимально допустимой цены на единицу продукции. /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.17	Особенности ценообразования в сфере торговли, в том числе в электронной торговле /Тема/	3					
1.18	Экономическое содержание торговой услуги. Особенности ценообразования в сфере услуг. Классификация торговых услуг. Цены на отдельные виды услуг. /Лек/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.19	Практическое занятие № 7 Решение задач на определение цены на отдельные виды торговых услуг: Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле. /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.20	Торговая надбавка и методы ее определения /Тема/	3					

1.21	Понятие, структура и регулирование торговой надбавки (структура торговых надбавок, издержки обращения). Затратное ценообразование. Рыночные методы ценообразования. Методы ценообразования с ориентацией на покупателя. Ценообразование с учетом конкуренции. Прочие методы ценообразования. /Лек/	3	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.22	Практическое занятие № 8. Решение задач на расчет цены балловым методом. Решение задач на расчет цены методом вмененной потребительской оценки. Решение задач на расчет торговых надбавок. /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.23	Политика цен и стратегия ценообразования /Тема/	3					
1.24	Понятие политики цен. Принципы и методы формирования ценовой политики на предприятиях торговли. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений. Основные ценовые стратегии предприятий торговли. Прочие элементы комплекса маркетинга и их влияние на цену. Оценка качества сервиса как основа формирования ценовой политики и стратегии торговых предприятий. Имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала, их влияние на политику и стратегии ценообразования. /Лек/	3	6	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.25	Практическое занятие № 9. Решение задач на определение ценовой стратегии. /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.26	Решение задач на определение ценовой стратегии. /Ср/	3	1	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2		
1.27	Методы ценового стимулирования продаж /Тема/	3					
1.28	Понятие и цели ценового стимулирования продаж. Методы стимулирования продаж. Скидки и надбавки к цене. Причины и условия изменения текущих цен. Оценка ценовых решений в торговле. /Лек/	3	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		

1.29	Практическое занятие № 10. Решение задач на оценку целесообразности и эффективности ценовых мероприятий по стимулированию продаж. Решение задач на определение скидок от цены продаж и покупок. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей. /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.30	Решение задач на оценку целесообразности и эффективности ценовых мероприятий по стимулированию продаж. Решение задач на определение скидок от цены продаж и покупок. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей. /Ср/	3	1	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2		
1.31	Ценообразование во внешнеэкономической деятельности /Тема/	3					
1.32	Внешнеторговые операции и ценообразование. Экспортно-импортные цены. Таможенные пошлины и тарифы. Порядок исчисления таможенных пошлин. /Лек/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.33	Практическое занятие № 11. Решение задач на определение базисной экспортной цены. Расчет импортных внешнеторговых цен. Расчет эффективности сделки на основе экспортно-импортных цен. /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.34	Решение задач на определение базисной экспортной цены. Расчет импортных внешнеторговых цен. Расчет эффективности сделки на основе экспортно-импортных цен. /Ср/	3	1	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2		
1.35	Налоги и ценообразование /Тема/	3					
1.36	Налоги в составе цены. Акцизы. Налог на добавленную стоимость. Налоговый контроль за ценообразованием. /Лек/	3	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		
1.37	Практическое занятие № 12. Расчет суммы акциза. Расчет на определение ставки и суммы налога на добавленную стоимость. Расчет цены с НДС по разным ставкам. Расчет суммы НДС к возмещению/вычету из цены поставки товара. /Пр/	3	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		

1.38	Расчет суммы акциза. Расчет на определение ставки и суммы налога на добавленную стоимость. Расчет цены с НДС по разным ставкам. Расчет суммы НДС к возмещению/вычету из цены поставки товара. /Ср/	3	1	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2		
1.39	Подготовка к дифференцированному зачету /Ср/	3	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2		
1.40	/ЗачётСОц/	3	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.1 Л2.4 Л2.2 Э1 Э2 Э3		

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Примеры тестовых заданий

1. Назовите функции цен:
 1. учетно-контрольная;
 2. стимулирующая;
 3. распределительная;
 4. сбалансирования спроса и предложения.
2. Назовите основные виды цен в зависимости от области применения:
 1. прогнозные;
 2. сопоставимые;
 3. оптовые.
3. Что включает оптовая цена предприятия?
 1. себестоимость + Прибыль;
 2. себестоимость + НДС;
 3. снабженческо-сбытовую наценку + акциз.
4. В какие виды цен включают НДС?
 1. оптовую цену предприятия;
 2. оптовую (отпускную) цену;
 3. розничную цену.
5. Что включает оптовая цена промышленности?
 1. оптовая цена предприятия + снабженческо-сбытовая наценка;
 2. оптовая цена предприятия + прибыль;
 3. оптовая цена (отпускная).
6. Закупочные цены устанавливаются на:
 1. оптовые цены строительных материалов;
 2. на сельскохозяйственную продукцию;
 3. на розничные цены.
7. Розничная цена включает:
 1. оптовую цену предприятия + прибыль;
 2. оптовую (отпускную) цену + торговую надбавку;
 3. себестоимость + НДС.
8. В зависимости от утверждения цены подразделяются на следующие виды:
 1. государственные цены и тарифы;
 2. свободные цены и тарифы;
 3. проектные цены.
9. Инфляция означает:
 1. обесценение денежной единицы;
 2. несоответствие между товарной и денежной массой.
10. Факторы, влияющие на рост цен:

1. превышение предложения над спросом;
2. отставание роста заработной платы фондовооруженности против темпов роста производительности труда;
3. снижение монопольных цен.
11. Факторы, влияющие на снижение цен:
 1. превышение спроса над предложением;
 2. возникновение дефицита бюджета;
 3. превышение предложения над спросом.
12. Общий уровень цен находится в прямой зависимости от:
 1. действия закона спроса и предложения;
 2. ценовой стратегии предприятия, заключающейся в установлении цены, отвечающей интересам производителя и потребителя.
13. Сумма цен реализации служит источником:
 1. финансовых ресурсов;
 2. образования выручки и денежных накоплений предприятий (фирм);
 3. источником первичных доходов предприятия и его работников.
14. Наибольшее влияние на уровень и структуру цен оказывают:
 1. налог на прибыль;
 2. НДС;
 3. акцизы.
15. Какие цены являются основополагающими?
 1. оптовые цены;
 2. розничные цены в торговле;
 3. оптовые (отпускные) цены предприятий.
16. Что является основой ценообразования?
 1. закон стоимости;
 2. общественно необходимые затраты труда;
 3. закон спроса и предложения;
 4. себестоимость;
 5. прибыль.
17. Чем измеряется величина стоимости?
 1. количеством труда, заключенного в продаваемом товаре;
 2. индивидуальным рабочим временем;
 3. фактическими затратами труда каждого товаропроизводителя.
18. Что представляет собой себестоимость?
 1. денежное выражение затрат на производительность и реализацию продукции;
 2. денежная материальная помощь, а так же премии, выплачиваемые за счет сред специального назначения и целевых поступлений.
19. Что необходимо учитывать при формировании цен (тарифов)?
 1. размер прибыли (или уровень рентабельности);
 2. спрос на данный товар;
 3. величину издержек при производстве товара.
20. В какую цену включается НДС?
 1. в оптовую (отпускную цену);
 2. закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию;
 3. отпускную цену на подакцизный товар.
21. Прибыль торговли определяется:
 1. $Пр.т. = \text{Валовой доход} - \text{Издержки обращения}$;
 2. $Пр.т. = \text{Розничная цена} - \text{НДС}$.
22. Цена общественного питания равна:
 1. $Ц.о.п. = \text{Оптовая (отпускная) цена товара} + \text{Наценка общественного питания}$;
 2. $Ц.о.п. = \text{Прибыль} + \text{Издержки обращения}$.
23. Что такое цена?
 1. есть денежное выражение стоимости товара;
 2. есть стоимость затрат труда;
 3. фактор определяющий выбор покупки.
24. Внутренние факторы, определяющие колебания цен от стоимости товара:
 1. специфика жизненного цикла продукции;
 2. уровень рекламы;
 3. наличие и уровень конкуренции на рынке.
25. Внешние факторы, влияющие на цену:
 1. специфика жизненного цикла продукции;
 2. объем рынка;
 3. мобильность производственного процесса.
26. Виды цен по способу установления и фиксации:
 1. твердая цена;
 2. подвижная цена;
 3. скользящая цена.
27. Каковы различия между инфляцией спроса и инфляцией издержек?

1. инфляция спроса сама себя погашает;
 2. инфляция издержек продолжается до тех пор, пока денежная масса на рынке имеет чрезмерную величину;
 3. оба ответа верны;
 4. нет правильных ответов.
28. Если коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене больше нуля, то товары являются:
1. взаимозаменяемыми;
 2. взаимодополняемыми;
 3. независимыми;
 4. нормальными.
29. Кривая безразличия:
1. упорядочивает наборы благ в порядке возрастания их полезности;
 2. упорядочивает наборы благ в порядке убывания их полезности;
 3. соединяет точки, показывающие, какое количество одного товара имеет полезность, равную полезности определенного количества другого блага.
30. Цена спроса – это:
1. минимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за данный товар;
 2. максимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за данный товар;
 3. максимальная цена, по которой товар реализуется на рынке;
 4. цена реальных сделок.
31. Кривые безразличия – это кривые:
1. равного количества двух товаров;
 2. равного уровня полезности наборов товаров;
 3. равного уровня дохода потребителя;
 4. равенства цены двух товаров.
32. Готовность покупать дополнительные единицы товаров только по более низким ценам лучше всего объясняет:
1. эффект замещения;
 2. принцип убывающей предельной полезности;
 3. эффект дохода;
 4. закон предложения.
33. На какую категорию товаров падает спрос при росте доходов населения?
1. товары первой необходимости;
 2. товары низшей категории;
 3. предметы роскоши;
 4. товары с единичной эластичностью спроса по цене.
34. Предположим, что фирма закрывается в коротком периоде. В этом случае:
1. переменные и постоянные затраты положительны;
 2. постоянные затраты равны нулю, переменные затраты положительны;
 3. переменные и постоянные затраты равны нулю;
 4. постоянные затраты положительны, переменные равны нулю.
35. Цена предложения – это:
1. максимальная цена, по которой производители согласны предложить на рынке данное количество товара;
 2. минимальная цена, по которой производитель продает на рынке свои товары;
 3. максимальная цена, по которой покупатели готовы купить у продавца данный товар;
 4. минимальная цена, по которой продавцы согласны предложить на рынке данное количество товара.
36. Если на рынке существует избыточный спрос (дефицит) на товар, то причиной этого является то, что:
1. цена на товар превышает равновесную цену;
 2. цена на товар ниже равновесной цены;
 3. товар является низкокачественным;
 4. объем предложения превышает объем спроса.
37. Обычно избыток предложения:
1. оказывает повышающее давление на цену;
 2. оказывает понижающее давление на цену;
 3. не оказывает никакого влияния на цену;
 4. стимулирует покупателей приобретать товар.
38. Равновесная цена – это:
1. цена выше той, которая создает избыточный спрос;
 2. цена, при которой нет ни дефицита, ни избытка;
 3. цена, установленная правительством.
39. Обычно избыток спроса:
1. оказывает повышающее давление на цену;
 2. оказывает понижающее давление на цену;
 3. не оказывает никакого влияния на цену;
 4. стимулирует продавцов производить товар.
40. Что возникает когда уровень цен устанавливается ниже равновесной цены?
1. дефицит;
 2. избыток предложения;
 3. изменение предложения;
 4. изменение объема предложения.

Вопросы к дифференцированному зачету:

1. Что является основой цены товара (продукции)?
2. Как оценивается влияние закона стоимости на процесс создания стоимости в товарном производстве?
3. Как проявляется в рыночной экономике действие механизма цен, связанного с соотношением спроса и предложения?
4. Какую роль занимает цена в рыночных отношениях и что собой в целом представляет цена?
5. Что включают в себя макроэкономические и микроэкономические государственные меры по регулированию цен?
6. Какое можно дать определение понятию рынка с точки зрения ценообразования?
7. В чем заключаются принципиальные отличия рыночного ценообразования от планового, централизованного установления цен?
8. Под воздействием каких факторов формируется динамика цен?
9. В каких основных специфических функциях проявляется экономическая сущность цены?
10. Что включает в себя методология ценообразования и какие существуют методы и принципы формирования цен?
11. Как формируются спрос и предложение на рынке и какие факторы влияют на величину спроса на товар и на величину предложения?
12. Какая существует взаимосвязь между ценами и количеством купленного товара на рынке и какую зависимость показывает кривая спроса?
13. Какая существует взаимосвязь между ценами и количеством предлагаемых к продаже товаров на рынке и какую зависимость показывает кривая предложения?
14. Как определяется равновесная (рыночная) цена и как ее изменение влияет на соотношение спроса и предложения товаров?
15. Что показывает эластичность спроса и предложения и каким образом можно измерить уровень эластичности спроса от цены?
16. Какие можно привести факторы макроэкономического и микроэкономического уровня, определяющие уровень и динамику цен?
17. В каких двух основных формах проявляется государственное регулирование цен?
18. Что означает ценовая и неценовая конкуренция в рыночных условиях и какие методы конкуренции при этом применяются?
19. В чем заключаются стратегический и тактический факторы, влияющие на формирование и динамику цен?
20. Как проявляется взаимосвязь установления цены с исследованиями маркетинга?
21. Что представляет собой система цен и какая существует зависимость между ценами при их формировании?
22. Какие применяются механизмы формирования цен в практике товарного производства?
23. Какие основные группы цен объединяет классификация цен?
24. Какой существует порядок разработки калькуляции себестоимости единицы продукции при обосновании конкретной цены и какие при этом применяются статьи затрат?
25. Какие классификации цен используются в маркетинге?
26. Какие виды скидок с установленных цен используются в ценообразовании?
27. Как производится оценка уровня цен?
28. Какие различаются формы ценовой дискриминации?
29. Как проводится расчет оценки реактивности экономической системы на изменение спроса с учетом количества предприятий на разных типах (моделях) рынков?
30. Какие имеются особенности ценообразования на различных типах (моделях) рынков?
31. Как проводится расчет индекса потребительских цен товаров и услуг?
32. Как рассчитываются индексы фондового рынка?
33. Каковы основные цели государственного регулирования цен социальноориентированной национальной экономики?
34. Какими основными законодательными и правовыми нормативными актами определяются важнейшие направления государственной ценовой политики?
35. Когда в нашей стране была проведена либерализация цен и каковы ее результаты?
36. Какими способами и мерами государство может фиксировать цены, регулировать рыночные цены?
37. К чему сводится государственный контроль за ценами, что является основными нарушениями государственной дисциплины цен?
38. Каковы основные цели ценовой политики любого предприятия?
39. В чем состоит процесс установления величины цен товара?
40. Какие существуют основные методы ценообразования?
41. Какие основные взаимосвязанные этапы (блоки) необходимо определить и правильно реализовать в процессе ценообразования в целях установления окончательной цены продукции?
42. По каким основным причинам, учитывая результаты маркетинговых и ценовых исследований, предприятия проводят ценовые изменения товара?
43. Что представляет собой стратегия ценообразования?
44. В чем заключаются особенности ценовой стратегии предприятия?
45. Какие основные этапы включает исходная разработка стратегии ценообразования?
46. На каких основных подходах должна базироваться разработка ценовой стратегии предприятия?
47. Что включает осуществление этапов разработки ценовой политики и стратегии предприятия, в чем состоит ее реализация?
48. Какие можно привести наиболее распространенные ценовые стратегии предприятия?

5.2. Темы письменных работ

1. Ценовые войны

2. Пакетное ценообразование
1. Сущность цены. Функции цен.
2. Зависимость ценообразования от типа рынка.
3. Система цен в экономике.
4. Понятие эластичности. Факторы, влияющие на эластичность спроса по цене.
5. Использование оценок эластичности для выбора стратегии и тактики ценообразования.
6. Методы затратного ценообразования.
7. Методы рыночного ценообразования.
8. Состав и структура цены.
9. Ценовая политика предприятия.
10. Тактические аспекты ценовой политики.
11. Скидки как инструмент ценовой политики фирмы.
12. Ценовые стратегии предприятия.
13. Эконометрические методы определения цен.
14. Выбор типа ценовой стратегии.
15. Этапы разработки ценовой стратегии.
16. Стратегия премиального ценообразования.
17. Стратегия ценового прорыва.
18. Анализ безубыточности решений при установлении цен.
19. Основные теоретические концепции цены.
20. Ценообразование в условиях совершенной конкуренции.
21. Ценообразование в условиях монополистической конкуренции.
22. Ценообразование на олигополистическом рынке.
23. Ценообразование в условиях монополии.
24. Цены на продукцию естественных монополий и методы их регулирования.
25. Себестоимость и прибыль в структуре цены.
26. Основные этапы установления цены.
27. Регулирование цен в России и за рубежом.

5.3. Фонд оценочных средств

Тема 1

- 1 Классификация цен в зависимости от стадии движения товара. Структура цен.
- 2 Классификация цен в зависимости от степени вмешательства государства. Уровни государственного регулирования цен.
- 3 Классификация цен по способу фиксации в контракте.
- 4 Классификация цен по учету фактора времени.
- 5 Ценообразование на рынке свободной конкуренции.
- 6 Ценообразование на рынке монополистической конкуренции.

Тема 2

- 1 Ценообразование в условиях олигополии и монополии.
- 2 Функции цен.
- 3 Эластичность спроса по цене. Расчет дуговых коэффициентов эластичности.
- 4 Виды товаров по ценовой эластичности спроса. Учет ценовой эластичности спроса при принятии ценовых решений.
- 5 Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса.
- 6 Эластичность спроса по доходам.
- 7 Перекрестная эластичность спроса. Признаки взаимозаменяемости товаров.

Тема 4

- 1 Изучение реакции покупателей на изменение цен по данным о фактических покупках.
- 2 Изучение реакции покупателей на изменение цен по данным о предпочтениях и намерениях покупателей.
- 3 Графическое изображение бухгалтерской и экономической моделей безубыточности.
- 4 Бухгалтерская модель безубыточности. Расчет точки безубыточности. Допущения, принятые при построении бухгалтерской модели безубыточности.
- 5 Анализ безубыточности решений по изменениям цен при постоянстве затрат.
- 6 Анализ безубыточности решений по изменению постоянных и переменных издержек.
- 7 Анализ безубыточности решений по изменению цен при продаже взаимозаменяемых товаров.
- 8 Анализ безубыточности решений по изменению цен при продаже взаимодополняемых товаров.
- 9 Сущность стратегии ценообразования. Содержание работ по определению стратегии ценообразования.
- 10 Стратегии конкурентного ценообразования.

Тема 6

Вопросы для устного опроса

- 1 Стратегия дифференцированного ценообразования. Оценка условий применения.
- 2 Географические стратегии ценообразования.
- 3 Затратные методы ценообразования. Сущность, достоинства, недостатки, условия применения.
- 4 Сравнительный анализ калькулирования по полным и по сокращенным затратам.
- 5 Нижняя граница цены.
- 6 Ценностный подход к ценообразованию. Сущность, последовательность расчетов.
- 7 Ценообразование на конкурсные проекты. Виды торгов.
- 8 Параметрические методы ценообразования.
- 9 Скидки как элемент тактики ценообразования. Виды скидок.

Тема 7

Вопросы для устного опроса

- 1 Тарифы на перевозку железнодорожным транспортом.
- 2 Тарифы на услуги связи.
- 3 Тарифы на услуги ЖКХ.
- 4 Контрактное ценообразование.
- 5 Цены на сельскохозяйственную продукцию.
- 6 Цены на продовольственные товары.
- 7 Снабженческо - сбытовые и торговые надбавки.

Тема 8

Вопросы для устного опроса

- 1 Таможенные платежи и пошлины.
- 2 Ценообразование на рынке ценных бумаг.
- 3 Ценообразование в системе страхования.
- 4 Таможенные пошлины: сущность, виды, функции, принципы дифференциации.
- 5 Биржевые котировки.

Тема 9

Вопросы для устного опроса

- 1 Формирование цен на товары (продукцию), поступающие по импорту
- 2 Вопросы ценообразования в Налоговом Кодексе Российской Федерации. Методы определения рыночной цены.
- 3 Вопросы ценообразования в Налоговом Кодексе Российской Федерации. Порядок контроля со стороны налоговых органов за уровнем цен.
- 4 Вопросы ценообразования в Гражданском Кодексе Российской Федерации.

Примерный перечень задач для работы в малых группах и самостоятельного решения

Задача 1. Определить оптовую (отпускную) цену предприятия - цену изготовителя продукции при следующих исходных

- 1) прямые (технологические) затраты на изделие (продукцию) - 750 руб.;
- 2) косвенные (накладные) расходы - 250 руб.;
- 3) прибыль предприятия - 200 руб.;
- 4) скидка с оптовой цены предприятия - 60 руб.;
- 5) налог на добавленную стоимость (НДС) - 20%.

Решение.

1. Рассчитываем полную себестоимость изделия $C = 750 \text{ руб.} + 250 \text{ руб.} = 1000 \text{ руб.}$
2. Определяем оптовую цену предприятия —цену изготовителя продукции без НДС $C_{\text{опт}} = \text{себестоимость изделия (продукции)} + \text{прибыль предприятия} - \text{скидка с оптовой цены, отсюда } C_{\text{опт.}} = 1000 \text{ руб.} + 200 \text{ руб.} - 60 \text{ руб.} = 1200 \text{ руб.} - 60 \text{ руб.} = 1140 \text{ руб.}$
3. Вычисляем оптовую (отпускную) цену - цену изготовителя продукции с НДС $C_{\text{опт.}}$
 $\text{опт} = 1140 \text{ руб.} + (1140 \times 0,2) = 1140 + 228 = 1368 \text{ руб.}$

Задача 2. Определить оптовую (отпускную) цену товара при следующих исходных данных:

- 1) материальные затраты - 700 руб.;
- 2) затраты на оплату труда - 200 руб.;
- 3) отчисления на социальные нужды - 80 руб.;
- 4) амортизация основных фондов - 60 руб.;
- 5) прочие затраты - 160 руб.;
- 6) уровень рентабельности - 20%;
- 7) налог на добавленную стоимость (НДС) - 20%

Решение.

1. Рассчитываем себестоимость товара $C = 700 \text{ руб.} + 200 \text{ руб.} + 80 \text{ руб.} + 60 \text{ руб.} + 160 \text{ руб.} = 1200 \text{ руб.}$
2. Рассчитываем оптовую цену товара без НДС $C_{\text{опт.}} = C + П$, где П—прибыль от реализации товара, отсюда $C_{\text{опт.}} = 1200 \text{ руб.} + 0,2 \times 1200 \text{ руб.} = 1200 \text{ руб.} + 240 \text{ руб.} = 1440 \text{ руб.}$
3. Налог на добавленную стоимость $(1440 \text{ руб.} \times 20\%) / 100\% = 288 \text{ руб.}$
4. Определяем оптовую (отпускную) цену товара с НДС $C_{\text{опт.отп}} = 1440 \text{ руб.} + 288 \text{ руб.} = 1728 \text{ руб.}$

Задача 3. Определить оптовую (отпускную) цену ювелирного изделия (подакцизного товара) с учетом акциза и налога на добавленную стоимость (НДС) при следующих данных:

- 1) оптовая цена ювелирного изделия (подакцизного товара) - 6000руб.;
- 2) ставка акциза - 900 руб.;
- 3) налог на добавленную стоимость (НДС) - 20% к оптовой цене ювелирного изделия.

Решение

1. Рассчитываем оптовую цену ювелирного изделия с учетом акциза $C_{\text{опт}} - \text{оптовая цена ювелирного изделия (подакцизного товара)} + \text{ставка акциза, отсюда } C_{\text{опт}} = 6000 \text{ руб.} + 900 \text{ руб.} = 6900 \text{ руб.}$
2. Налог на добавленную стоимость к оптовой цене ювелирного изделия с учетом акциза. $6900 \text{ руб.} \times 20\% / 100\% = 1380 \text{ руб}$
3. Определяем оптовую (отпускную) цену ювелирного изделия с учетом акциза и налога на добавленную стоимость $C_{\text{опт.отп}} = 6900 \text{ руб.} + 1380 \text{ руб.} = 8280 \text{ руб.}$

Задача 4. Определить оптовую (отпускную) цену легкового автомобиля (подакцизного товара) с учетом акциза и налога

На добавленную стоимость (НДС) при следующих данных:

- 1) полная себестоимость легкового автомобиля — 500 000 руб.;
- 2) уровень рентабельности — 25%;
- 3) ставка акциза легкового автомобиля с рабочим объемом двигателя более 2500 см³ - 10%;
- 4) налог на добавленную стоимость (НДС) - 20% к оптовой цене легкового автомобиля.

Решение

1. Рассчитываем оптовую цену легкового автомобиля без НДС $Ц_{опт} = C + П$, где C — полная себестоимость изделия; $П$ — прибыль от реализации, отсюда $Ц_{опт} = 500\,000\text{ руб.} + 0,25 \times 500\,000\text{ руб.} = 500\,000\text{ руб.} + 125\,000\text{ руб.} = 625\,000\text{ руб.}$
2. Рассчитываем оптовую цену легкового автомобиля с учетом акциза. $(625\,000\text{ руб.} \times 100\%) / (100\% - 10\%) = 694\,444,44\text{ руб.}$
3. Налог на добавленную стоимость к оптовой цене легкового автомобиля $694\,444,44\text{ руб.} \times 20\% / 100\% = 83\,333,33\text{ руб.}$
4. Определяем оптовую (отпускную) цену легкового автомобиля с учетом акциза и налога на добавленную стоимость $Ц_{опт.отп} = 694\,444,44\text{ руб.} + 138\,888,88\text{ руб.} = 833\,333,3\text{ руб.}$

Задача 5. Определить оптовую (отпускную) цену предприятия - цену изготовителя продукции, свободную розничную цену товара, а также рассчитать структуру розничной цены товара при следующих исходных данных:

- 1) себестоимость товара - 600 руб.;
- 2) уровень рентабельности - 25%;
- 3) наценка (надбавка) к оптовой цене предприятия - 60 руб.;
- 4) налог на добавленную стоимость (НДС) предприятия - изготовителя продукции и посредника (оптово-сбытовой организации) - 20%;
- 5) оптово-сбытовая наценка посреднической организации к оптовой (отпускной) цене предприятия - 80 руб.;
- 6) ставка акциза - 90 руб.;
- 7) торговая надбавка (наценка) - 30% отпускной цены посреднической организации.

Решение

1. Определяем оптовую цену предприятия - изготовителя продукции без НДС $Ц_{опт} = \text{себестоимость товара (продукции)} + \text{прибыль} + \text{наценка (надбавка) к оптовой цене предприятия}$, отсюда $Ц_{опт} = 600\text{ руб.} + 0,25 \times 600\text{ руб.} + 60\text{ руб.} = 600\text{ руб.} + 150\text{ руб.} + 60\text{ руб.} = 810\text{ руб.}$
2. Определяем оптовую (отпускную) цену предприятия - цену изготовителя продукции с учетом акциза и НДС $Ц_{опт.отп} = 810\text{ руб.} + 90\text{ руб.} + 900\text{ руб.} \times 0,2 = 900\text{ руб.} + 180\text{ руб.} = 1080\text{ руб.}$
3. Определяем свободную розничную цену товара $Ц_{р.св} = \text{оптовая (отпускная) цена предприятия} + \text{оптово-сбытовая наценка посреднической организации} + \text{НДС} + \text{торговая наценка (надбавка)}$, отсюда $Ц_{р.св} = 1080\text{ руб.} + 80\text{ руб.} + 0,2 \times 1160\text{ руб.} + 0,3 \times (1080\text{ руб.} + 80\text{ руб.} + 232\text{ руб.}) = 1080\text{ руб.} + 80\text{ руб.} + 232\text{ руб.} + 0,3 \times 1392\text{ руб.} = 1392\text{ руб.} + 417,6\text{ руб.} = 1809,6\text{ руб.}$
4. Рассчитанная общая структура розничной цены, в %, будет выглядеть следующим образом:

себестоимость — 33,16%

прибыль — 8,29%

наценка (надбавка) к оптовой цене предприятия — 3,31%;

оптово-сбытовая наценка посреднической организации - 4,42%;

НДС - 22,77%

НДС предприятия - изготовителя продукции - 9,95%;

НДС посреднической организации - 12,82%;

акциз - 4,97%

торговая надбавка - 23,08%;

Вывод. Таким образом, в результате проведенных расчетов общая структура составляющих элементов розничной цены будет равняться 100%.

Задача 6. Определить свободную розничную цену холодильника, который поступает непосредственно в торговую сеть, при следующих данных:

- 1) себестоимость холодильника - 8000 руб.;
- 2) уровень рентабельности - 25%;
- 3) налог на добавленную стоимость торговой организации (НДС) - 16,67%;
- 4) торговая наценка (надбавка) к оптовой (отпускной) цене - 30%.

Решение

1. Рассчитываем оптовую цену предприятия - изготовителя продукции без НДС $Ц_{опт} = 8000\text{ руб.} + 0,25 \times 8000\text{ руб.} = 8000\text{ руб.} + 2000\text{ руб.} = 10\,000\text{ руб.}$
2. Рассчитываем оптовую (отпускную) цену холодильника с учетом НДС $Ц_{опт.отп} = 10\,000\text{ руб.} + 0,1667 \times 10\,000\text{ руб.} = 10\,000\text{ руб.} + 1\,667\text{ руб.} = 11\,667\text{ руб.}$
3. Определяем свободную розничную цену холодильника $Ц_{р.св} = 11\,667\text{ руб.} - \left(-0,3 \times 11\,667\text{ руб.} \right) = 11\,667\text{ руб.} + 3\,500,1\text{ руб.} = 15\,167,1\text{ руб.}$

Задача 7.

Определить свободную розничную цену домашнего холодильника, который от предприятия-изготовителя продукции поступает в торговую сеть через посредника (оптово-сбытовую организацию) при следующих данных:

- 1) свободная оптовая (отпускная) цена холодильника - 12 000 руб., в том числе налог на добавленную стоимость (НДС) — 2000 руб.;
- 2) оптово-сбытовая наценка к свободной (отпускной) цене без НДС - 15%;
- 3) налог на добавленную стоимость (НДС) предприятия - изготовителя продукции и посредника (оптово-сбытовой организации) - 16,67%;
- 4) торговая наценка (надбавка) к цене закупки холодильника с НДС - 30%.

Решение

1. Рассчитываем оптовую цену холодильника без НДС $Ц_{опт} = 12\,000\text{ руб.} - 2000\text{ руб.} = 10\,000\text{ руб.}$

2. Определяем оптово-сбытовую наценку к оптовой цене без НДС Цопт-сбыт = 10 000 руб. \times 0,15 = 1500руб.
3. Вычисляем налог на добавленную стоимость (НДС) посредника (оптово-сбытовой организации) НДСспоср = 0,1667 \times 1500 руб. = 250,05 руб.
4. Рассчитываем цену закупки холодильника с НДС предприятия - изготовителя продукции и оптово-сбытовой организации Цзак= 10 000 руб. + 2000 руб. + 1500 руб. + 250,05 руб. = 13 750,05 руб.
5. Рассчитываем торговую наценку (надбавку) к цене закупки холодильника с НДС Нторг.надб = 13 750,05 руб. \times 0,3 = 4125,01 руб.
6. Определяем свободную розничную цену холодильника Цр.св = 13 750,05 руб. + 4125,01 руб. = 17 875 руб.
- Задача 8. Определить оптовую (отпускную) цену заготовительной (снабженческо-сбытовой) организации за 1 кг мясной продукции, приобретаемой от сельских производителей и реализуемой в дальнейшем торговым организациям (мясоперерабатывающим предприятиям), а также сумму налога на добавленную стоимость, вносимую заготовительной организацией в бюджет, при следующих данных:
- 1) закупочная цена 1 кг мясной продукции - 50 руб.;
 - 2) налог на добавленную стоимость (НДС) к закупочной цене (20%)-10руб.;
 - 3) снабженческо-сбытовая наценка к закупочной цене 1 кг мясной продукции - 30%;
 - 4) налог на добавленную стоимость (НДС) к отпускной цене -20%.
- Решение
1. Рассчитываем закупочную цену 1 кг мясной продукции с учетом НДС Цзак= 50 руб. + 50 руб. \times 0,2 = 50 руб. + 10 руб. = 60 руб.
 2. Калькулируем закупочную цену 1 кг мясной продукции исходя из ее закупочной цены без НДС Цзак. без НДС = 60 руб. - 10 руб. = 50 руб.
 3. Вычисляем снабженческо-сбытовую наценку в размере 30% к закупочной цене = 15 руб/кг
 4. Рассчитываем отпускную цену заготовительной организации с учетом снабженческо-сбытовой наценки: Цотп = 50 руб/кг + 15 руб/кг = 65 руб/кг.
 5. Вычисляем НДС в размере 20% к отпускной цене = 13 руб/кг
 6. Определяем оптовую (отпускную) цену заготовительной (снабженческо-сбытовой) организации за 1 кг мясной продукции с учетом НДС Цопт.отп = 65 руб/кг + 13 руб/кг = 78 руб/кг.
 7. Находим сумму налога на добавленную стоимость, вносимую заготовительной организацией в бюджет НДС бюдж = 13 руб/кг - 10 руб/кг = 3 руб/кг

Задача 9

- 1 Определить окончательную цену на продукцию общественного питания в студенческой столовой при следующих данных:
- 1) оптовая цена сырья, полуфабрикатов, продукта-12 руб/кг;
 - 2) налог на добавленную стоимость (НДС) к оптовой цене -10%;
 - 3) торговая надбавка-20% исходя из цен, оплаченных поставщику за товары без учета НДС;
 - 4) наценка общественного питания -30% исходя из цен, оплаченных поставщику за товары без учета НДС;
 - 5) налог на добавленную стоимость (НДС) в студенческих и школьных столовых на вновь созданную стоимость не применяется.

Решение

1. Рассчитываем НДС в размере 10% к оптовой цене сырья, полуфабрикатов, продукта 1,2 руб/кг
2. Вычисляем оптовую (отпускную) цену Цопт.отп = 12 руб/кг + 1,2 руб/кг = 13,2 руб/кг.
3. Калькулируем оптовую (отпускную) цену исходя из оптовой цены сырья, полуфабрикатов, продукта без НДС: Цопт.отп = 13,2руб/кг-1,2руб/кг= 12руб/кг.
4. Рассчитываем торговую надбавку в размере 20% без учета НДС 2,4 руб/кг
5. Определяем свободную розничную цену Цр.св= 12 руб/кг + 2,4 руб/кг = 14,4 руб/кг
6. Рассчитываем наценку общественного питания к свободной розничной цене в размере 30% без учета НДС 4,32 руб/кг
7. Вычисляем цену продукции общественного питания Цпрод.общ.пит = 14,4 руб/кг + 4,32 руб/кг = 18,72 руб/кг.
8. Определяем окончательную цену продукции общественного питания в студенческой столовой Цок.общ.пит = 18,72 руб/кг + 1,2 руб/кг = 19,92 руб/кг

Задача 10.

Определить выгодность (невыгодность) для производителя (продавца), являющегося лидером на определенном рынке, снижение установленной цены одного изделия на 2 руб. при следующих фактических данных:

- 1) установленная (текущая) цена 1-го изделия составляет 20 руб.;
- 2) планируемый объем реализации - 50 000 изделий;
- 3) показатель эластичности спроса по цене - 1,7.

Решение

1. Рассчитываем процентное снижение цены с 20 до 18 руб. = 10%.
2. Рассчитываем процентное увеличение объема реализации при показателе эластичности спроса по цене -1,7. $O = 1,7 \times 10\% = 17\%$ или 50 тыс. изд. \times 1,17 = 58 500 изд.
3. Определяем общую выручку по цене одного изделия до ее снижения $V1 = 20 \text{ руб.} \times 50 \text{ тыс. изд.} = 1\,000\,000 \text{ руб.}$
4. Находим общую выручку по цене одного изделия после ее снижения $V2 = 18 \text{ руб.} \times 58\,500 \text{ изд.} = 1\,053\,000 \text{ руб.}$

Вывод. Для производителя (продавца) выгодно снизить цену одного изделия на 2 руб., поскольку при этом общая выручка от продажи изделий увеличится на 53 тыс. руб.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный/письменный опрос.

Тестирование.
 Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.
 Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.
 Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.
 Экспертная оценка использования обучающимися методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.
 Экспертная оценка использования обучающимися методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях.
 Экспертная оценка создания и представления презентаций.
 Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
 Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях.
 Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.
 Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:
 – на практических занятиях;
 – при проведении дифференцированного зачета.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Маховикова Г. А., Лизовская В. В.	Цены и ценообразование в коммерции: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2021
Л1.2	Касьяненко Т. Г., Желтякова И. А., Михайлов А. И., Ефимова Н. Ф., Павлова Е. Е., Переверзев П. А., Пузыня Н. Ю., Синилина О. В., Маховикова Г. А.	Цены и ценообразование: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2023
Л1.3	Липсиц И. В.	Цены и ценообразование: учебное пособие для спо	Москва: Юрайт, 2023

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Салько М. Г., Якунина О. Г.	Ценообразование в коммерческой деятельности: учебник	Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2019
Л2.2	Ямпольская Д. О.	Цены и ценообразование: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2023
Л2.3	Шуляк П. Н.	Ценообразование: учебно-практическое пособие: учебное пособие	Москва: Дашков и К°, 2018
Л2.4	Дашков, Л. П	Ценообразование в коммерческой деятельности	, 2018

6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Э1	Фонд поддержки малого предпринимательства: https://biznesprost.com/interesno/fond-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html
Э2	10 лучших бизнес-инкубаторов России: https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii
Э3	Новая Цифровая платформа поддержки бизнеса: https://www.smbn.ru/

6.3.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

6.3.2.1	Справочная Правовая Система КонсультантПлюс
---------	---

6.3.2.2	Информационная справочная система «Гарант»				
7. МТО (оборудование и технические средства обучения)					
№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
44	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ, проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 26 шт., стул – 50 шт., доска – 1 шт., компьютер – 1 шт., проектор – 1 шт.	Операционная система Microsoft Windows 10 home Приложение Офис2016 Антивирус Nod 5 academic	344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	Лек
7	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ, проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Лаборатория информационных технологий, помещение для самостоятельной работы	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 21 шт., стул – 40 шт., доска – 1 шт., компьютеры – 12 шт, проектор – 1 шт., доступ в Интернет	Операционная система Microsoft Windows 10 home Приложение Офис2016 Антивирус Nod 5 academic Интернет фильтр UserGade Система тестирования MyTestx.1c Предприятие 1С 8.3 Бухгалтерия 1С 8.3 Документооборот 1С 8.3 Комплект для обучения в высших и средних учебных заведений. 1С 8.3	344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	