

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА С.П. КОРОЛЕВА»

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Рекомендовано редакционно-издательским советом федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева» в качестве методических указаний для студентов Самарского университета, обучающихся по основной образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 Экономика

Составитель *М.А. Мельников*

САМАРА
Издательство Самарского университета
2018

УДК 338(075)
ББК 65.011.3я7

Составитель *М.А. Мельников*

Рецензент д-р эконом. наук, проф. Л. В. Иваненко

Ценообразование: метод. указания / сост. *М.А. Мельников*. – Самара: Изд-во Самарского университета, 2018. – 24 с.

Методические указания по дисциплине «Ценообразование» для студентов магистратуры разработаны в соответствии с Государственным образовательным стандартом. Включают материалы для подготовки и проведения практических занятий, в том числе в интерактивных формах, средства контроля и самоконтроля знаний студентов.

Предназначены для студентов по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, а также могут быть использованы при организации учебного процесса на других экономических и управленческих направлениях уровня магистратуры и специалитета (38.04.02 Менеджмент, 38.04.03 Управление персоналом).

Подготовлено на кафедре экономики инноваций.

УДК 338(075)
ББК 65.011.3я7

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»	4
2. ЗАДАНИЯ ПО ТЕМАМ КУРСА	8
Тема 1. Основы ценообразования	8
Тема 2. Система цен и их дифференциация.....	9
Тема 3. Функции цен и факторы их проявления в рыночной экономике.....	10
Тема 4. Механизм формирования цен и ценовой политики на предприятии.....	11
Тема 5. Особенности ценообразования на оптовых, розничных рынках и рынках услуг.....	12
Тема 6. Зарубежный опыт ценообразования.....	13
Тема 7. Основные направления государственного регулирования цен в России и других странах.....	15
3. ТЕСТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	16
4. ТЕМЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	21
СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ	22

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»

Дисциплина «Ценообразование» является важной частью подготовки магистров экономических и управленческих направлений. **Целью** освоения дисциплины «Ценообразование» является формирование и развитие у магистрантов фундаментальных знаний в области ценообразования, специальных умений и навыков, связанных с анализом рыночного ценообразования и практикой формирования цен участниками отраслевых рынков, овладение основами формирования корпоративной ценовой политики.

Ее изучение решает следующие важные **задачи** подготовки экономистов:

- сформировать современное представление о важности ценообразования для хозяйственной деятельности различных субъектов;
- ознакомить магистрантов с теоретическими основами и различными концепциями ценообразования;
- овладение методикой анализа рыночных цен и их факторов;
- обучение методам расчета корпоративных цен и обоснованию ценовой политики фирмы.

В результате освоения дисциплины «Ценообразование» студент должен **усвоить и знать:**

- сущность и функций цен, их виды в рыночной экономике;
- теоретические концепции ценообразования;
- особенности формирования цен на различных типах рынков;
- принципы, методы, механизм формирования корпоративных цен;
- содержание и основные факторы формирования ценовой стратегии фирмы;
- основные цели и инструментарий государственного регулирования цен; особенности ценообразования во внешнеэкономической деятельности;

В результате изучения дисциплины «Ценообразование» студент должен **уметь:**

- провести анализ уровня и динамики рыночных цен на конкретных рынках, факторов их изменений;
- обосновать ценовые стратегии фирмы исходя из особенностей товаров и рынков;
- сформировать ценовую политику на предприятии с учетом различных товаров и рынков;
- рассчитать уровень цен на конкретный товар на основе принципов и методик ценообразования;
- представлять итоги проделанной исследовательской работы в виде отчетов, аналитических записок, рефератов, статей, оформленных в соответствии с существующими требованиями.

Успешное изучение дисциплины «Ценообразование» позволяет выпускникам экономических направлений **владеть:**

- коммуникацией в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;
- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- способностью разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности;
- методикой обоснования ценовой стратегии для конкретных предприятий и товаров;
- методикой оценки эффективности принятой стратегии ценообразования;
- методикой расчета цен на различные товары.

Выполнение практических заданий является важной частью освоения дисциплины «Ценообразование» студентами и формирования у них необходимых компетенций. Практика осуществляется как в ходе самостоятельной работы, так и в ходе аудиторных занятий, позволяющих не только контролировать выполненные задания, но и осуществлять взаимодействие в интерактивных формах, прежде всего таких, как «круглые столы», семинары в форме дискуссии (мозгового штурма).

Данное пособие содержит основные виды заданий для самостоятельной работы по темам курса (вопросы по темам, термины для составления глоссариев, темы докладов и рефератов, тестовые задания), а также методические указания к выполнению конкретных видов работ, требования для их положительной оценки.

Для подготовки к практическим занятиям в методических указаниях предложены вопросы для обсуждения, индивидуальные задания, относящиеся к соответствующим темам и сценарии проведения некоторых занятий в интерактивных формах. При подготовке к практическим занятиям и выполнении самостоятельных работ необходимо использовать лекционный материал, учебную литературу, находящуюся в библиотеке университета и других библиотеках города, электронные издания, статьи в научных журналах, материалы, специализированные сайты Интернета.

Составление **гlossария** является одной из простых форм самостоятельной работы студентов, позволяющих освоить категориальный аппарат курса и конкретной темы. При составлении гlossариев важно обратиться к нескольким источникам, нередко трактующим ту или иную категорию по-разному, привести ряд определений, указав на источники. Студент может предложить и свою собственную обоснованную интерпретацию понятия. Максимальная оценка гlossария – 4 балла по БРС. Гlossарий лучше оформить в виде таблицы по следующему образцу:

Термин	Определение	Источник

При подготовке **докладов, рефератов, обзоров научной литературы** студенту необходимо:

- подобрать источники по теме задания (3-5 источников последних лет издания);
- изучить и обобщить подобранную литературу;
- исследовать практический материал;
- составить логичную структуру (план) письменного и устного изложения материала;
- разработать презентацию доклада на семинаре, потоковой конференции;
- в ходе устного сообщения и презентации доклада или реферата квалифицированно ответить на вопросы аудитории.

Наилучшие доклады и рефераты, обладающие элементами самостоятельности и новизны, могут быть направлены на студенческие научные конференции и рекомендованы к опубликованию с соответствующей оценкой в рамках принятой балльно-рейтинговой системы

оценки знаний (БРС). Максимальная оценка 10 баллов. Также оценивается обзор научных статей. Семинар, проводимый в форме мозгового штурма, позволяет студенту-участнику дискуссии заработать до 8 баллов БРС.

Доклад, реферат кроме основных вопросов должен включать введение, заключение, список использованных источников. Титульный лист и работа оформляются по стандарту вуза для курсовых работ, включая постраничные ссылки на источники или на итоговый список источников.

Методические указания содержат **тестовые задания** из компьютеризированного авторского банка. Они могут быть использованы для самоконтроля студентами усвоения тем курса и тренинга в ходе подготовки к итоговому тестированию по курсу. При работе с тестами следует обратить внимание на различие видов тестовых заданий. Наиболее простыми являются закрытые задания, где студенту предстоит выбрать один или несколько правильных ответов из предложенных. При компьютерной проверке знаний неполные ответы оцениваются как неверные. При ручной проверке тренировочных тестов преподаватель имеет возможность неполный, но не содержащий ошибочных суждений тест оценить меньшим числом баллов, чем полный. Задания на сопоставление позволяют выявить знание студентами основных элементов ценообразования, принципов взаимодействия экономических агентов на рынке. Максимальная оценка по тестированию составляет 5 баллов БРС за один тест из 20 вопросов.

Контрольная работа является основным контрольным документом перед сдачей экзамена для заочника. Работа может быть представлена к защите в рукописном или печатном виде. Ее объем должен составлять 10-15 страниц шрифтом Times New Roman, размер 12, интервал 1,5, поля 2,5 см со всех сторон.

Регулярная самостоятельная работа студента по выполнению практически ориентированных заданий и активное участие на семинаре является гарантией успешного освоения дисциплины «Ценообразование», важной для развития компетенций как будущего экономиста, так и управленца.

2. ЗАДАНИЯ ПО ТЕМАМ КУРСА

Тема 1. Основы ценообразования

Вопросы для обсуждения:

1. В чем состоит основное экономическое значение цены?
2. Какие вы можете назвать основные этапы процесса ценообразования?
3. В чем состоят концептуальные основы ценообразования?
4. На чем базируется трудовая теория ценообразования?
5. Какие вы можете назвать этапы формирования и развития теории ценообразования?
6. В чем заключаются основные методологии ценообразования?
7. Основные методы ценообразования, принятые в международной торговле.

Термины для глоссария: цена, ценообразование, трудовая теория ценообразования, концепции ценообразования, методология ценообразования.

Темы рефератов, докладов, индивидуальных творческих заданий:

1. Сущность и значение цены.
2. Этапы процесса ценообразования.
3. Концептуальные основы ценообразования.
4. Трудовая теория ценообразования, ее формирование и развитие.
5. Маржинальные концепции ценообразования.
6. Концепция цены равновесия.
7. Маркетинговая теория ценообразования.
8. Другие теории ценообразования, их применение.
9. Методология ценообразования.
10. Затратное ценообразование.
11. Ценностное ценообразование.
12. Основные теории ценообразования в международной торговле.

Тема 2. Система цен и их дифференциация

Вопросы для обсуждения:

1. Что является теоретической основой классификации цен.
2. Экономическая природа процесса динамики цен.
3. Основные причины возникновения инфляционных процессов?
4. От чего зависит ценовая эластичность?
5. Чем обусловлена важность разницы между ценой и прибылью фирмы и какие факторы влияют на величину этой разницы?
6. Какие методики ценообразования используются чаще остальных и чем это обусловлено?
7. В чем заключается сущность дифференциации цен?
8. От каких факторов зависят виды и формы дифференциации цен?
9. Критерии, сущность и условия возникновения краткосрочной временной дифференциации цен?
10. Ценообразование в зависимости от вида конкуренции.
11. Причины ценовой дискриминации, цели и методы борьбы с ней.

Термины для глоссария: инфляция, динамика цен, ценовая эластичность, дифференциация цен, ценовые акции, пакет цен, совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, ценовая дискриминация.

Темы рефератов, докладов, индивидуальных творческих заданий:

1. Классификация цен. Динамика цен и инфляция.
2. Ценовая эластичность.
3. Факторы, влияющие на цену и прибыль фирмы.
4. Методики ценообразования и их использование на практике.
5. Сущность дифференциации цен. Цели и необходимые условия дифференциации цен.
6. Виды и формы дифференциации цен.
7. Региональная дифференциация цен: критерии, сущность, условия возникновения.
8. Краткосрочная временная дифференциация цен: основы краткосрочных ценовых акций.
9. Дифференциация цен на основе различий продукции.

10. Дифференциация на основе «связки» (пакета) цен.
11. Ценообразование в условиях совершенной конкуренции.
12. Ценообразование в условиях монополистической конкуренции.
13. Ценообразование в условиях олигополии. Монополистическое ценообразование.
14. Ценовая дискриминация.

Тема 3. Функции цен и факторы их проявления в рыночной экономике

Вопросы для обсуждения:

1. В чем заключается сущность учетно-измерительной функции цен?
2. Что такое «общественно-необходимое рабочее время» и как оно связано с ценой будущего товара?
3. В чем заключается взаимосвязь стоимости и цены товара?
4. Как можно с помощью цены обеспечить баланс спроса и предложения, какие при этом могут быть социальные последствия?
5. Стимулирующая и распределительная функция цены – какая из них играет наибольшую социально-экономическую роль?
6. От чего зависит выбор метода расчета средней цены?

Термины для глоссария: функции цен, стоимость, спрос, предложение, функции цены, социально-экономическая роль, уровень цены, индексный метод, товарная биржа, индексы товарной биржи.

Темы рефератов, докладов, индивидуальных творческих заданий:

1. Сущность учетно-измерительной функции цен.
2. Общественно-необходимое рабочее время.
3. Стоимость и цена.
4. Цена как средство сбалансированности спроса и предложения.
5. Стимулирующая и распределительная функция цены, их социально-экономическая роль.
6. Уровень цен: его сущность и виды.
7. Методы расчета средней цены.
8. Индексный метод в анализе конъюнктуры рынка.
9. Индексы товарной биржи.

Вариант проведения практического занятия по теме: «Функции цен и факторы их проявления в рыночной экономике» в форме дискуссии (Мозговой штурм).

Вопросы для дискуссии:

1. Определите место цены в рыночных отношениях.
2. Что первично: цена на товар или уровень экономических отношений в обществе?
3. Должно ли государство вмешиваться в процессы ценообразования в условиях рыночной экономики?
4. Возможен ли возврат к ценам, устанавливаемым государством?
5. Кто должен нести ответственность за установление цен на товары?
6. Ценообразование и социальная ответственность – как совместить несовместимое?

Тема 4. Механизм формирования цен и ценовой политики на предприятии

Вопросы для обсуждения:

1. Какие можете выделить принципы ценообразования?
2. От чего будет зависеть состав и структура цен?
3. Факторы формирования ценовой стратегии?
4. В чем заключается зависимость цены и качества товара?
5. Этапы формирования цен, их влияние на розничную цену.
6. Основные этапы выбора ценовой политики в отношении промышленной продукции.
7. Перспективы реализации маркетинговой политики посредством изменения цены на товар.

Термины для глоссария: ценовая стратегия, выбор стратегии, оценка стратегии, этапы формирования цены, ценовая политика, факторы сдвига цен, маркетинговая политика.

Темы рефератов, докладов, индивидуальных творческих заданий:

1. Принципы ценообразования.
2. Состав и структура цен.

3. Понятие и факторы формирования ценовой стратегии.
4. Стратегии высоких цен.
5. Стратегии низких цен.
6. Соотношение цены и качества.
7. Методика обоснования выбора стратегии и оценка ее.
8. Этапы формирования цен, их влияние на розничную цену.
9. Сущность и содержание ценовой политики.
10. Методика выбора ценовой политики для предприятий.
11. Этапы обоснования цен.
12. Факторы сдвига цен.
13. Цена как инструмент маркетинговой политики.

Тема 5. Особенности ценообразования на оптовых, розничных рынках и рынках услуг

Вопросы для обсуждения:

1. Чем обусловлена взаимосвязь ценообразования на потребительских и ресурсных рынках?
2. Установите связь между ограниченностью ресурсов и ценой на них.
3. Чем вызвана динамика оптовых и розничных цен на продовольственные и сельскохозяйственные продукты в Российской Федерации?
4. Факторы формирования цены в топливно-энергетическом комплексе при наличии антимонопольного регулирования цен.
5. Специфика ценообразования на убыточные товары.
6. Чем обусловлено установление цены на рынке ссудных капиталов?
7. Определение стоимости и нормативной цены земли – чем обусловлена разница в цене?
8. Определение рыночной стоимости земельного участка. Какие методы оценки рыночной стоимости земли могут быть применены?

Термины для глоссария: принципы ценообразования, механизм ценообразования, структура рынка, антимонопольное регулирование, тарифы, нормативная стоимость.

Темы рефератов, докладов, индивидуальных творческих заданий:

1. Принципы ценообразования по потребительских и ресурсных рынках, и взаимосвязь.
2. Механизм формирования цен на материальные ресурсы, землю, его особенности.
3. Цена спроса и цена предложения на ресурсы.
4. Формирование цен на труд и финансовые ресурсы.
5. Роль цены в координации рынков.
6. Структура и динамика рынка продовольственных товаров Российской Федерации, формирование цен продовольственные и сельскохозяйственные продукты.
7. Факторы формирования цены в топливно-энергетическом комплексе.
8. Антимонопольное регулирование цен на продукцию естественных монополий.
9. Определение величины транспортных тарифов.
10. Формирование цены услуги. Ценообразование в жилищно-коммунальном хозяйстве.
11. Ценообразование на образовательные услуги. Ценообразование на услуги здравоохранения.
12. Формирование цены на рынке труда. Факторы, определяющие стоимость рабочей силы.
13. Цена и экономический эффект применения научно-технической продукции.
14. Сущность, виды лицензий, цена лицензии.
15. Ценообразование на рынке недвижимости.
16. Ценообразование на рынке ценных бумаг.
17. Определение рыночной стоимости земельного участка.

Тема 6. Зарубежный опыт ценообразования

Вопросы для обсуждения:

1. Какие вы знаете основные закономерности ценообразования?
2. Какое влияние на движение цен в ходе мирового производства оказывают монополии и государства?

3. Влияние колебаний валютных курсов на внешнеторговые цены.

4. Определите основные методологии установления внешнеторговых цен.

5. Как понятие контрактной цены и способы ее фиксации могут помочь увеличить прибыль ОАО «Газпром»?

6. Как рационально учесть издержки производства и рыночные цены?

7. Определите рациональный метод ценообразования во внешнеэкономической деятельности.

8. Какие вы знаете принципы и последствия диспаритета цен?

Термины для глоссария: валютные курсы, внешнеторговые цены, справочные цены, аукцион, биржа, твердые цены, подвижные цены, скользящие цены, издержки производства, ценовой анализ, диспаритет цен.

Темы рефератов, докладов, эссе, индивидуальных творческих заданий:

1. Основные закономерности ценообразования.

2. Движение цен в ходе мирового воспроизводства.

3. Влияние монополий и государства на цены.

4. Влияние колебаний валютных курсов на внешнеторговые цены.

5. Виды цен и ценовые показатели.

6. Основы методологии определения внешнеторговых цен.

7. Особенности различных видов мировых цен.

8. Справочные цены. Цены прейскурантов, каталогов и проспектов.

9. Цены предложений. Цены торгов. Цены международных товарных аукционов.

Научная тематика, предлагаемая для обзоров научных статей:

1. Цены биржевой торговли. Расчетные цены. Цены фактических сделок.

2. Понятие контрактной цены и способы ее фиксации.

3. Твердые, подвижные и скользящие цены.

4. Издержки производства и рыночные цены.

5. Разновидности ценовой политики.

6. Коммерческие поправки при определении контрактных цен.

7. Ценовой анализ. Методы экстраполяции.
8. Методы экспертных оценок.
9. Формирование цен на экспортную и импортную продукцию.
10. Особенности ценообразования во внешнеэкономической деятельности.
11. Принципы и последствия диспаритета цен.

Тема 7. Основные направления государственного регулирования цен в России и других странах

Вопросы для обсуждения:

1. Какие основные цели и инструментарий государственного регулирования цен в рыночной экономике вы знаете?
2. Основные направления государственного регулирования цен.
3. Методы ценового регулирования естественных монополий и их последствия.
4. Назовите удачный и неудачный опыт государственного регулирования цен в развитых и развивающихся странах?
5. Факторы и особенности ценообразования во внешнеэкономической деятельности.

Термины для глоссария: инструментарий, государственное регулирование цен, естественные монополии, переходная экономика, внешнеэкономическая деятельность.

Темы рефератов, докладов, эссе, индивидуальных творческих заданий:

1. Цели и инструментарий государственного регулирования цен в рыночной экономике.
2. Направления государственного регулирования цен и его необходимость.
3. Ценовое регулирование естественных монополий.
4. Опыт государственного регулирования цен в развитых и развивающихся странах, в странах с переходной экономикой.
5. Цены и уровень жизни населения.
6. Особенности ценообразования во внешнеэкономической деятельности.

3. ТЕСТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Согласно трудовой теории стоимости основной сферой формирования стоимости и цены товара выступает сфера:

- а) индивидуального производства;
- б) обращения;
- в) потребления;
- г) обмена;
- д) общественного производства.

2. Закон стоимости согласно марксистской концепции означает, что цены товаров определяются:

- а) уровнем полезности товара;
- б) спросом на блага;
- в) редкостью благ;
- г) индивидуальными затратами труда товаропроизводителей;
- д) общественно-необходимыми затратами труда производителей.

3. Маржиналистская теория ценообразования исходит из того, что рыночные цены формируются на основе:

- а) индивидуальных затрат производителей на конкретный товар;
- б) предельной полезности благ, оцениваемой потребителями;
- в) степени редкости благ;
- г) усредненного уровня затрат;
- д) общей полезности благ.

4. Под ценностью товара маржинальная теория (теория предельной полезности) понимает:

- а) денежное выражение затрат на производство товара;
- б) субъективно оцениваемую степень полезности блага для конкретного потребителя;
- в) договор продавца и покупателя о цене;
- г) объективные показатели качества товара.

5. Неоклассическая концепция ценообразования придерживается положений:

- а) цены на рынке формируются как под влиянием спроса, так и предложения;
- б) спрос определяет уровень цен;
- в) цены формируются только условиями производства;
- г) действует цена равновесия.

6. Ценой равновесия называю цену товара, при которой:

- а) производитель получает максимум прибыли;
- б) покупатели готовы купить максимум продукции;
- в) у предложения есть стимулы расширяться;
- г) объем спроса равен объему предложения.

7. Спрос и предложение в неоклассическом учении являются:

- а) факторами, корректирующими цену товара по отношению к его стоимости;
- б) факторами, непосредственно формирующими цену равновесия;
- в) исключительно объективными факторами ценообразования;
- г) факторами ценообразования, содержащими объективный и субъективный компоненты.

8. Нижнюю возможную границу рыночной цены определяют:

- а) платежеспособный спрос покупателя;
- б) переменные издержки;
- в) уровень планируемой прибыли;
- г) полные издержки производства и обращения товара.

9. Особенности ценообразования в условиях рынка чистой монополии заключаются в том, что:

- а) фирмы являются ценодателями (ценоискателями);
- б) фирмы являются ценополучателями;
- в) существуют возможности диктата цены потребителям, ограниченные кривой спроса;
- г) отсутствует необходимость государственного контроля над ценами.

10. Особенности ценообразования в условиях рынка олигополии заключаются в том, что:

- а) фирмы стремятся к ценовой конкуренции;

- б) как правило, проводится политика идентификации цен с конкурентами;
- в) государство противодействует политике сговора в ценах;
- г) устанавливаемые олигополистами цены не зависят от спроса.

11. Особенности ценообразования в условиях рынка совершенной конкуренции заключаются в том, что:

- а) фирмы являются ценодателями (ценоискателями);
- б) фирмы являются ценополучателями;
- в) существуют возможности диктата цен потребителям;
- г) возможна ценовая конкуренция со стороны фирм с относительно низкими издержками.

12. Особенности ценообразования в условиях рынка монополистической конкуренции заключаются в том, что:

- а) устанавливается единая равновесная цена для всего рынка;
- б) наблюдается дифференциация цен в зависимости от реального качества товара;
- в) наблюдается дифференциация цен в зависимости от степени рыночной власти на выпуск определенных брендов, марок, моделей;
- г) существует объективная необходимость регулирования всех цен государством;
- д) широко используется ценовая конкуренция фирм.

13. К внутренним факторам ценообразования в фирмах относятся:

- а) уровень полных затрат;
- б) характер налогообложения;
- в) выбранная маркетинговая стратегия;
- г) формы государственного контроля и регулирования цен.

14. К внешним факторам ценообразования в фирмах относятся:

- а) уровень полных затрат;
- б) характер налогообложения;
- в) выбранная маркетинговая стратегия;
- г) состояние спроса на продукцию;
- д) ценовая политика конкурентов.

15. Цена спроса – это:

- а) минимальная цена, которую покупатель согласен заплатить;
- б) цена, по которой совершается сделка;
- в) максимальная цена за товар, которую потребители готовы заплатить;
- г) минимальная цена на которую рассчитывают производители.

16. Цена предложения – это:

- а) минимальная цена, которую покупатель согласен заплатить;
- б) реальная цена, по которой совершается сделка;
- в) максимальная цена за товар, которую потребители готовы заплатить;
- г) минимальная цена, на которую рассчитывают производители.

17. Цены, на которые государство пытается воздействовать с помощью регулирования рентабельности, можно назвать:

- а) свободные;
- б) твердые;
- в) регулируемые;
- г) цены производителя.

18. Цены, формируемые на основе соотношения спроса и предложения можно назвать:

- а) свободные;
- б) твердые;
- в) регулируемые;
- г) цены-потребителя.

19. Цены, по которым государство закупает продукцию у фермеров, можно назвать:

- а) свободные;
- б) твердые;
- в) регулируемые;
- г) цены потребителя;
- д) закупочные.

20. Цены, утверждаемые государством по услугам ЖКХ, можно назвать:

- а) свободные;
- б) тариф;
- в) регулируемые;
- г) цены потребителя;
- д) биржевые.

21 Специфика ценообразования затратным методом заключается в том, что в цене учитываются:

- а) потребительские свойства товара;
- б) платежеспособный спрос покупателей;
- в) затраты производителя;
- г) в цену включена желаемая величина прибыли.

22 Специфика ценообразования маркетинговыми методами заключается в том, что в цене учитываются:

- а) потребительские свойства товара;
- б) платежеспособный спрос покупателей;
- в) затраты производителя;
- г) в цену включена желаемая величина прибыли.

23. К маркетинговым методам ценообразования относятся методы:

- а) нормирования рентабельности;
- б) параметрических рядов;
- в) нормирования накладных расходов;
- г) удельной стоимости;
- д) регрессионного анализа.

24. К затратным методам ценообразования относятся методы:

- а) нормирования рентабельности;
- б) параметрических рядов;
- в) нормирования накладных расходов;
- г) удельной стоимости;
- д) регрессионного анализа;
- е) учета в цене полных затрат.

4. ТЕМЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Основные закономерности ценообразования.
2. Движение цен в ходе мирового воспроизводства.
3. Влияние монополий и государства на цены.
4. Влияние колебаний валютных курсов на внешнеторговые цены.
5. Виды цен и ценовые показатели.
6. Основы методологии определения внешнеторговых цен.
7. Особенности различных видов мировых цен.
8. Справочные цены. Цены прейскурантов, каталогов и проспектов.
9. Цены предложений. Цены торгов. Цены международных товарных аукционов.
10. Цены биржевой торговли. Расчетные цены. Цены фактических сделок.
11. Антимонопольное регулирование цен на продукцию естественных монополий.
12. Понятие контрактной цены и способы ее фиксации.
13. Твердые, подвижные и скользящие цены.
14. Издержки производства и рыночные цены.
15. Разновидности ценовой политики.
16. Коммерческие поправки при определении контрактных цен.
17. Ценовой анализ. Методы экстраполяции.
18. Методы экспертных оценок.
19. Формирование цен на экспортную и импортную продукцию.
20. Особенности ценообразования во внешнеэкономической деятельности.
11. Принципы и последствия диспаритета цен.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

Основная учебная литература:

1. Ценообразование: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т.Г. Касьяненко [и др.]; под ред. Т.Г. Касьяненко. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2018. – 437 с.

Дополнительная литература по всем темам курса:

1. Спиридонова, Е.А. Оценка стоимости бизнеса: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е.А. Спиридонова. – М.: Изд-во Юрайт, 2018. – 299 с.

2. Липсиц, И.В. Ценообразование: учеб.-практ. пособие для вузов / И.В. Липсиц. – М.: Изд-во Юрайт, 2011. – 399 с.

Образовательные сайты:

www.econlib.org –экономическая библиотека

www.biblio-online.ru - ЭБС

Методические материалы

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Методические указания

Составитель *Мельников Максим Анатольевич*

Редактор Н.С. Куприянова
Компьютерная верстка А.В. Ярославцевой

Подписано в печать 19.04.2018. Формат 60×84 1/16.

Бумага офсетная. Печ. л. 1,5.

Тираж 5 экз. Заказ . Арт. – 28(Р2М)/2018.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА С. П. КОРОЛЕВА»

443086, САМАРА, МОСКОВСКОЕ ШОССЕ, 34.

Изд-во Самарского университета.
443086, Самара, Московское шоссе, 34.

