



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Филиал в г. Избербаше

Кафедра экономических и общеобразовательных дисциплин

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

«Цены и ценообразование»

Образовательная программа бакалавриата:
38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) программы:

Финансы и кредит

Уровень высшего образования:

Бакалавриат

Форма обучения:

очная, заочная, очно – заочное

Статус дисциплины: входит в обязательную часть ОПОП

Избербаш, 2023

Фонд оценочных средств по дисциплине «Цены и ценообразование» составлен в 2023 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика от «12» августа 2020 г., № 954.

Разработчик: кафедра экономических и общеобразовательных дисциплин, Абдуллаева Ш.Г.. доцент

Рабочая программа по дисциплине «Цены и ценообразование» одобрена:

на заседании кафедры **экономических и общеобразовательных** дисциплин от «24» марта 2023 г., протокол № 8

Зав. кафедрой



Сулейманова А.М.

на заседании Методической комиссии филиала ДГУ в г.Избербаше от «24» марта 2023 г., протокол № 8.

Председатель



Багамаева Д.М.

Рецензент (эксперт):

Старший казначей Отдела №26 УФК РФ по РД



Омаров М.А.

1.2. Требования к результатам обучения по дисциплине, формы их контроля и виды оценочных средств

№ п/п	Контролируемые модули дисциплины	Код контролируемой компетенции	Оценочные средства		Способ контроля
			Наименование	Номера заданий (из п.2 «Контр. задания и иные материалы»)	
1.	Теоретические основы цены и ценообразования	ПК-2	Опрос	п.2.1	Устно
		ПК-4	Реферат	п.2.3	Устно
2.	Классификация цен	ПК-2	Опрос	п.2.1	Устно
		ПК-4	Тестовые задания	п.2.2	Устно
3.	Состав и структура цены	ПК-2	Собеседование	п.2.1	Устно
		ПК-4	Тестовые задания	п.2.2.	Письмен.
			Реферат	п.2.3	Устно
4.	Ценовая политика предприятия	ПК-2	Собеседование	п.2.1	Устно
		ПК-4	Тестовые задания	п.2.2	Письменно
5.	Ценообразование на различных типах рынков	ПК-2	Опрос Тестовые задания	п.2.1. п.2.2	Устно
		ПК-4	Реферат	п.2.3	Письменно
6.	Цены и рыночная конъюнктура	ПК-2	Опрос Тестовые задания	п.2.1. п.2.2.	Устно
		ПК-4	Тестовые	п.2.2.	Устно
7.	Методы формирования цен		Опрос	п.2.1	Устно
		ПК-4	Тестовые задания	п. 2.2	Письменно
8.	Государственное регулирование цен	ПК-2	Собеседование	п.2.1	Устно
		ПК-4	Тестовые задания	п. 2.2	Письменно
			Реферат	п.2.3.	Письменно
9.	Ценообразование на мировом рынке	ПК-2	Собеседование	п.2.1	Устно
		ПК-4	Тестовые задания	п.2.2	Письменно
			Реферат	п.2.3.	Письменно
10.	Ценообразование в условиях инфляции	ПК-2	Собеседование	п.2.1	Устно
		ПК-4	Тестовые задания	п.2.2	Письменно
			Реферат	п.2.3.	Письменно

1.3. Показатели и критерии определения уровня сформированности компетенций

№ п/п	Индекс компет.	Уровни сформированности компетенции			
		Недостаточный	Удовлетворит. (достаточный)	Базовый	Повышенный
1.	ПК-2	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня	Знать: значительную часть программного материала. Уметь: с помощью преподавателя использовать основные научные законы и их последствия в профессиональной деятельности. Владеть: навыком с помощью преподавателя использования основных научных законов в профессиональной деятельности.	Знать: весь программный материал. Уметь: самостоятельно использовать основные научные законы и их последствия в профессиональной деятельности. Владеть: навыком самостоятельного использования основных научных законов в	Знать: не только основной, но и более углубленный программный материал. Уметь: самостоятельно использовать основные научные законы и их последствия в профессиональной деятельности. Владеть: навыком самостоятельного использования основных научных законов в профессиональной деятельности.
2.	ПК-4	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня	Знать: значительную часть программного материала: теоретические основы принятия управленческих решений, методы экономического и финансового их обоснования Уметь: осуществлять сбор и классификацию релевантной информации для описания проблемы; анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчётах организаций и ведомств	Знать: весь программный материал: Уметь: осуществлять сбор и классификацию релевантной информации для описания проблемы; анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчётах организаций и ведомств; выявить проблемы, которые следует решать, на основе сравнения реальных значений контролируемых параметров с запланированными или прогнозируемыми	Знать: не только основной, но и более углубленный программный материал: нормативную базу в области финансовой деятельности Уметь: осуществлять сбор и классификацию релевантной информации для описания проблемы; анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчётах организаций и ведомств; выявить проблемы; экономически и финансово обоснованный выбор метода принятия управленческих решений для различных ситуаций с учетом факторов времени и риска

2. КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»

2.1. Контрольные вопросы для устного опроса и собеседования

Тема 1. Теоретические основы цены и ценообразования

1. В чем заключаются особенности рыночного ценообразования?
2. Назовите отличия рыночного и планового ценообразования
3. Всегда ли цена товара соответствует его стоимости?
4. В чем разница между ценой и ценностью товара?
5. Что такое методология ценообразования?
6. Какие принципы ценообразования наиболее актуальны в условиях рыночной экономики?
7. Как проявляется соизмерительная функция цены?
8. В условиях рыночной экономики какие факторы являются преобладающими при формировании цен: внутренние или внешние?
9. Назовите представителей неоклассической теории цены
10. Кто из отечественных экономистов является представителями теории маржинализма?

Тема 2. Классификация цен

1. Из каких элементов состоит розничная цена?
2. В чем состоят особенности формирования оптовых цен?
3. Чем отличаются скользящие и подвижные цены?
4. Что такое сметная стоимость?
5. На какие товары устанавливаются скользящие цены?
6. Что из себя представляет закупочная цена?
7. В чем заключаются отличия аукционных и биржевых цен?
8. Что такое плановые скидки с цен?
9. Какие скидки относятся к тактическим?
10. Что из себя представляют клубные скидки?

Тема 3. Состав и структура цены

1. Что представляют собой альтернативные издержки? Приведите пример.
2. Что такое условно-переменные (частично-переменные) издержки?
3. Какие нормативные акты определяют состав альтернативных издержек?
4. Чем отличаются бухгалтерские и альтернативные издержки?
5. Какой показатель рентабельности характеризует эффективность всего производства в целом?
6. Какие налоги включаются в состав себестоимости продукции?
7. Чем по составу отличаются оптовая и торговая надбавки к ценам?
8. Какие налоги включаются в состав себестоимости продукции?
9. Какую долю составляют налоги в цене товара?
10. Что из себя представляет правило максимизации прибыли предприятия?

Тема 4. Ценовая политика предприятия

1. Какие факторы влияют на выбор ценовой стратегии и ценовой политики предприятия?
 1. Перечислите этапы формирования цены на предприятии.
 2. Что из себя представляет стратегия неокругленных цен?
 3. При ценообразовании на какие товары применяется стратегия престижных цен?
 4. Какие ценовые стратегии являются наиболее эффективными на стадиях внедрения товара на рынок и упадка товара?

5. Как стадии жизненного цикла товара влияют на выбор ценовой стратегии предприятия?
6. Что такое ценовая дискриминация?
7. Что является основной целью деятельности коммерческого предприятия?

Тема 5. Ценообразование на различных типах рынков

1. Чем отличается ценообразование на рынке свободной конкуренции от ценообразования на рынке монополистической конкуренции?
2. Какие модели ценообразования применяются на олигополистическом рынке?
3. Что такое «ценовая война»?
4. Что такое ценовая дискриминация?
5. Какие существуют формы ценовой дискриминации?
6. Какие товары характерны для рынка монополистической конкуренции?
7. Чем отличается рынок чистой конкуренции от рынка совершенной конкуренции?
8. Как формируются цены на рынке олигополистической конкуренции?
9. Какие товары характерны для рынка чистой монополии?

Тема 6. Цены и рыночная конъюнктура

1. Какие факторы влияют на спрос и предложение товаров на рынке?
2. Что представляют собой неценовые факторы и как они влияют на спрос?
3. На какие товары спрос менее эластичен и на какие эластичен?
4. Какие существуют состояния эластичности спроса по цене?

Тема 7. Методы формирования цен

1. Какие факторы влияют на выбор предприятием метода ценообразования?
2. Преимущества и недостатки затратных методов ценообразования.
3. Недостатки и преимущества параметрических методов ценообразования
4. В чем отличие прямых и переменных издержек?
5. Чем отличаются косвенные и постоянные издержки?
6. Что такое маржинальный доход?
7. На какие товары в основном применяются параметрические методы ценообразования?
8. Что представляет из себя метод «запечатанного конверта»?

Тема 8. Государственное регулирование цен

1. Какие государственные органы осуществляют контроль за ценами?
2. На какие товары распространено государственное регулирование цен?
3. Какие законодательные акты регулируют процессы ценообразования в РФ?
4. Что такое естественная монополия?
5. В каких случаях необходимо прямое вмешательство государства в процессы ценообразования?

Тема 9. Ценообразование на мировом рынке

1. Что такое протекционизм?
2. Как определяются импортная и экспортная квоты?

Критерии оценки:

Промежуточная аттестация по дисциплине «Цены и ценообразование» включает в себя теоретические задания, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности знаний и умений.

Усвоенные знания и освоенные умения проверяются в процессе участия студента в дискуссиях и при собеседовании с преподавателем, знания и умения проверяются в ходе дискуссий, решении задач и разборе конкретных ситуаций.

Объем и качество освоения обучающимися дисциплины, уровень сформированности

дисциплинарных компетенций оцениваются по результатам текущих и промежуточной аттестаций количественной оценкой, выраженной в баллах, максимальная сумма баллов по дисциплине равна 100 баллам.

Сумма баллов, набранных студентом по дисциплине, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика уровня освоения дисциплины
от 86 до 100	«отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 66 до 85	«хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 51 до 65	«удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
От 32 до 50	«неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний и умений.
от 0 до 31	«неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний и умений.

Примерный перечень вопросов для проведения итоговой аттестации знаний студентов (зачёт):

1. Понятие и сущность цены в условиях рынка. Основные научные теории цены.
2. Методология ценообразования
3. Функции цен.
4. Ценообразующие факторы.
5. Виды цен по характеру обслуживаемого оборота.
6. Виды цен по времени действия.
7. Виды цен по способу формирования (регулирования).
8. Виды цен по способу возмещения транспортных расходов.
9. Виды цен по типу рынка.
10. Виды цен по способу получения информации об уровне цены.
11. Скидки с цен.
12. Понятие себестоимости продукции. Классификация издержек предприятия.

13. Прибыль в составе цены товара.
14. Наценки обращения в цене товара.
15. Взаимосвязь цен и налогов.
16. Порядок формирования цены на предприятии.
17. Понятие и основные цели ценовой политики предприятия.
18. Основные ценовые стратегии предприятия.
19. Особенности ценообразования на различных стадиях жизненного цикла товара.
20. Ценообразование на рынке свободной конкуренции.
21. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции.
22. Особенности ценообразования на олигополистическом рынке.
23. Ценообразование на рынке чистой монополии.
24. Методы ценообразования на основе полных затрат предприятия.
25. Метод ценообразования на основе прямых затрат предприятия.
26. Метод ценообразования на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли предприятия.
27. Параметрические методы ценообразования.
28. Рыночные методы ценообразования.
29. Необходимость и сущность государственного регулирования цен.
30. Методы государственного регулирования цен.
31. Государственное вмешательство в процессы ценообразования в зарубежных странах.
32. Понятие и закон спроса. Факторы, влияющие на величину спроса. Уравнение спроса.
33. Понятие и закон предложения. Факторы, влияющие на величину предложения. Уравнение предложения.
34. Равновесная рыночная цена.
35. Понятие и виды ценовой эластичности спроса.
36. Понятие мирового рынка. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности.
37. Виды цен, обслуживающий внешнеэкономический оборот.
38. Признаки, характеризующие мировую цену.
39. Понятие риска. Сущность риска в ценообразовании.
40. Этапы и критерии оценки риска.
41. Методы снижения риска.
42. Методы страхования цен.
43. Сущность и теории инфляции.
44. Показатели оценки уровня инфляции.

Критерии оценивания итоговой аттестации

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля -50 % и промежуточного контроля -50 %.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий - 5 балла,
- участие на практических занятиях - 50 баллов,
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ - 45 баллов. Промежуточный контроль по дисциплине включает:
 - устный опрос - 50 баллов,
 - письменная контрольная работа - 50 баллов.

Примеры тестов и задач для текущего контроля знаний

1. Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами функции:

- А) измерительной;
- Б) регулирующей;
- В) распределительной;
- Г) стимулирующей.

2. Оптовая цена предприятия включает:

- А) оптовую цену промышленности и надбавку торговой организации;
- Б) себестоимость и надбавку предприятия-посредника;
- В) себестоимость, прибыль предприятия-производителя и косвенные налоги;
- Г) оптовую цену промышленности и надбавку оптовой организации.

3. Закупочные цены - это цены, устанавливаемые государством на:

- А) продукцию строительства;
- Б) продукцию сельского хозяйства;
- В) услуги населению;
- Г) услуги в сфере обращения.

4. В состав бухгалтерских издержек не включаются:

- А) материальные затраты;
- Б) затраты на оплату труда;
- В) амортизационные отчисления;
- Г) неявные издержки.

5. К постоянным затратам относятся:

- А) затраты на сырье и материалы;
- Б) затраты на заработную плату основным работникам;
- В) затраты на аренду помещений;
- Г) расходы на топливо и энергию.

6. Торговая наценка включает:

- А) издержки и прибыль розничного продавца;
- Б) издержки и прибыль предприятия оптовой торговли;
- В) затраты производителя, связанные с реализацией продукции;
- Г) себестоимость продукции.

7. Целевые рынки предприятия - это:

- А) рынок текущего спроса;
- Б) рынок совершенной конкуренции;
- В) рынок, на который ориентируется деятельность предприятия;
- Г) рынок потребителей.

8. Стратегия высоких цен применяется (найди неверный ответ):

- А) к новым товарам, не имеющим аналогов на рынке;
- Б) к товарам, по которым спрос не зависит от цены;
- В) с целью проникновения на новый рынок;
- Г) к товарам, по которым у предприятия нет перспективы долгосрочного массового сбыта.

9. Верхний предел цены определяет:

- А) себестоимость продукции;
- Б) объем предложения на рынке;
- В) спрос на данный товар;
- Г) количество покупателей.

10. Основными характеристиками стадии разработки вступления товара на рынок являются (найти неверный ответ):

- А) большое количество конкурентов;
- Б) отсутствие конкурентов;
- В) высокие научно-исследовательские издержки;
- Г) соответствие цены качеству продукции.

11. Себестоимость продукции включает...

- А) затраты, связанные с производством продукции
- Б) затраты на производство и реализацию продукции
- В) затраты, связанные с реализацией продукции
- Г) издержки обращения

12. Постоянные издержки – это...

- А) затраты на единицу продукции
- Б) издержки, удельный вес которых снижается при увеличении объема производства
- В) неявные издержки
- Г) затраты, величина которых не зависит от объема производства
- Д) затраты, величина которых зависит от объема производства

13. Ценовая политика предприятия – это...

- А) совокупность методов формирования цен
- Б) общие цели, которых предприятие собирается достичь с помощью цен
- В) изучение рынка потребителей
- Г) совокупность практических приемов и методов формирования цены

14. Сегментация рынка – это...

- А) разграничение рынка на рынок продавца и рынок покупателя
- Б) разделение рынка потребителей на группы с учетом каких-либо характеристик
- В) разбиение предприятий-производителей в зависимости от масштабов производства
- Г) разделение предприятий по масштабу производства

15. На рынке монополистической конкуренции сделки совершаются...

- А) по государственным ценам
- Б) по единой рыночной цене
- В) в широком диапазоне цен
- Г) по ценам предприятий-монополистов

16. Важные черты, которые отличают монополистическую конкуренцию от совершенной конкуренции, состоят в том, что...

- А) в длительном периоде в условиях монополистической конкуренции фирмы получают экономическую прибыль
- Б) товары конкурирующих фирм реализуются по различным ценам
- В) имеются серьезные барьеры для вхождения на рынок монополистической конкуренции
- Г) конкурирующие фирмы продают дифференцированный товар, а не однородный
- Д) конкурирующие фирмы продают уникальные товары

17. Зависимость между спросом и ценой проявляется в том, что...

- А) повышение цены ведет к увеличению спроса
- Б) увеличение спроса приводит к снижению цены товара
- В) увеличение спроса приводит к увеличению цены товара
- Г) снижение цены приводит к снижению спроса

18. Закон предложения гласит, что...

- А) при прочих равных условиях увеличение цены товара приводит к увеличению объема предложения товара
- Б) при прочих равных условиях увеличение цены товара приводит к снижению объема предложения товара
- В) изменение цены товара не влияет на изменение объема предложения
- Г) при прочих равных условиях снижение цены приводит к увеличению объема спроса

19. Прямые методы регулирования цен применяются на ...

- А) социально-значимую продукцию
- Б) товары широкого потребления
- В) жилищно-коммунальные услуги
- Г) продукцию естественных монополий

20. Протекционизм преследует цель...

- А) увеличить цены на реализуемую за рубежом продукцию
- Б) защитить внутренний рынок от отрицательного воздействия внешнего рынка
- В) увеличить объемы импорта товаров в страну
- Г) снизить объемы экспорта товаров из страны

21. К прямым методам протекционистской политики относится...

- А) санитарные и технические нормы
- Б) применение импортных квот
- В) лицензирование внешнеэкономической деятельности
- Г) применение экспортных квот

22. Снижение цены товара приводит к увеличению выручки от реализации в случае:

- А) эластичного спроса;
- Б) неэластичного спроса;
- В) спроса единичной эластичности;
- Г) положительной эластичности.

23. Если коэффициент перекрестной эластичности меньше нуля, то товары:

- А) взаимозаменяемы;
- Б) взаимодополняемы;
- В) нейтральны;
- Г) все ответы верны.

24. Ценовая эластичность спроса определяется как:

- А) отношение процентного изменения цены к процентному изменению объема продаж;
- Б) отношение процентного изменения объема продаж к процентному изменению цены;
- В) произведение процентного изменения объема продаж и процентного изменения цены;
- Г) произведение объема продаж и цены товара.

25. Метод удельных показателей:

- А) основан на выделении одного качественного параметра, величина которого в значительной степени определяет уровень цены;
- Б) основан на экспертных оценках значимости параметров качества изделия для покупателей;
- В) заключается в суммировании цен отдельных частей изделия;
- Г) заключается в определении совокупности издержек на единицу продукции.

26. Параметрические методы ценообразования применяются на:

- А) продукцию, имеющую аналоги на рынке;
- Б) новую продукцию, не имеющую аналогов;
- В) продукцию монополистов;
- Г) взаимодополняемые товары.

27. К прямым методам регулирования цен не относится:

- А) установление льготных условий налогообложения для определенных товаров;
- Б) установление предельного норматива рентабельности;
- В) применение «рамочных» цен;
- Г) установление верхнего и (или) нижнего пределов цен.

28. По какой цене одежда продается населению:

- А) оптовой;
- Б) биржевой;
- В) розничной.

29. Регулирование цен на продукцию предприятий-монополистов осуществляется в форме установления:

- А) сезонных цен;
- Б) предельных надбавок к ценам;
- Г) нижнего предела цен.

30. «Плавающие» цены - это:

- А) установление пределов цен;
- Б) применение ценовых режимов;
- В) установление предельного норматива рентабельности;
- Г) фиксирование цен.

Критерии оценки (в баллах):

Студенту выставляется от 1 до 3 баллов за каждый правильно выполненный тест в зависимости от количества тестов, включенных в задание.

Примеры задач для контроля знаний студентов

Задача 1.

Предприятие производит 7000 единиц продукции в месяц. Полная себестоимость продукции составила 2 млн.р., в том числе 1610 т.р. – постоянные расходы. Определить точку безубыточности предприятия при цене 200 р., 300 р. и 350 р. Какая цена выгоднее для предприятия?

Задача 2.

Вычислить уравнение спроса и коэффициенты эластичности по следующим данным:

	Цена, руб.	Спрос, шт.
2013 г.	400	700

2014 г.

600

650

Задача 3.

Рассчитать оптовую цену предприятия, оптовую цену промышленности и розничную цену по следующим данным:

- 1) полная себестоимость продукции – 640 т.р.
- 2) рентабельность продукции – 20%
- 3) надбавка оптовой организации – 240 т.р.
- 4) торговая наценка – 10%
- 5) объем производства – 400 шт.

Задача 4.

Предприятие производит 10000 единиц продукции в месяц по цене 4600 р. Полная себестоимость продукции составила 28000 т.р., в том числе постоянные расходы – 12000 т.р. Рассчитать, на сколько можно снизить цену предприятия, чтобы за счет увеличения объема производства на 30% получить ту же величину прибыли.

Задача 5.

Рассчитать оптовую цену предприятия, оптовую цену промышленности и розничную цену по следующим данным:

1. себестоимость единицы продукции – 780 р.
2. прибыль на единицу продукции – 160 р.
3. надбавка оптовой организации – 210 р.
4. торговая наценка – 15%

Задача 6.

Рассчитать оптовую цену предприятия, оптовую цену промышленности и розничную цену по следующим данным:

1. полная себестоимость продукции – 420 т.р.
2. рентабельность продукции – 15%
3. надбавка оптовой организации – 120 т.р.
4. торговая наценка – 5%
5. объем производства – 300 шт.

Задача 7.

Вычислить уравнение спроса и коэффициент дуговой эластичности по следующим данным:

	Цена, руб.	Спрос, шт.
2021 г.	450	650
2022 г.	600	400

Примерная тематика рефератов и докладов по дисциплине

1. Теории ценообразования.
2. История развития ценообразования в России.
3. Ценообразование в России в 19-начале 20-х годов.
4. Политика военного коммунизма и ее влияние на цены.
5. Цены в период НЭПа.
6. Ценообразование в период ВОВ.
7. Политика цен в СССР в 40-90-х годах.
8. Особенности ценообразования на рынке свободной конкуренции.

9. Особенности ценообразования на рынке монополистической конкуренции.
10. Особенности ценообразования на олигополистическом рынке.
11. Особенности ценообразования на рынке чистой монополии.
12. Влияние изменения цен на издержки и прибыль предприятия.
13. Особенности формирования цен на новые товары.
14. Взаимосвязь цен и финансов.
15. Взаимосвязь цен и кредита.
16. Взаимосвязь цен и денежного обращения.
17. Ценообразование в сфере естественных монополий.
18. Особенности ценообразования на различных стадиях жизненного цикла товара.
19. Ценовая политика предприятия.
20. Надбавки и скидки к ценам.
21. Трансфертное ценообразование.
22. Особенности ценообразования в условиях финансового кризиса.
23. Либерализация цен в России и политика цен на современном этапе.
24. Особенности ценообразования в условиях инфляции.
25. Государственное регулирование цен в промышленно развитых странах.
26. Государственное регулирование цен в развивающихся странах.
27. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности.
28. Ценообразование на экспортную продукцию.
29. Ценообразование на импортную продукцию.
30. Ценообразование в общественном питании.
31. Ценообразование в АПК.
32. Ценообразование на рынке недвижимости.
33. Ценообразование в сфере естественных монополий.
34. Система органов государственного контроля за ценами.
35. Правовое регулирование государственного контроля за ценами в РФ.
36. Государственное регулирование тарифов на жилищно-коммунальные услуги.
37. Особенности формирования тарифов на бытовые услуги.
38. Ценообразование в строительстве.
39. Тарифная политика государства на транспортные услуги.
40. Взаимосвязь цены и спроса.
41. Взаимосвязь цены и предложения.
42. Формирование свободных рыночных цен.
43. Рыночные методы формирования цен.
44. Нормативно-параметрические методы формирования цен.
45. Анализ безубыточности в ценообразовании.
46. Прямое вмешательство государства в процессы ценообразования в условиях рынка.
47. Косвенное вмешательство государства в процессы ценообразования в условиях рынка.
48. Сущность и порядок формирования цены кредита.

Критерии формирования оценок за реферат (доклад)

При оценке качества представленной студентом работы (реферата/доклада) принимается во внимание следующее:

1. Содержательное наполнение представленной работы (учитывается, насколько содержание соответствует теме).
2. Полнота раскрытия темы работы (учитывается количество описанных фактов, понятий и т. п.).
3. Логика изложения материала (учитывается умение студента логически верно строить план работы).

4. Количество и качество использованных источников литературы.
5. Оригинальность работы (осуществляется проверка в системе «Антиплагиат»).
6. Защита студентом представленной работы (студенты по желанию могут выступить с докладом на занятии).

Критерии оценки (в баллах):

- 0-20 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет лишь частичное представление о теме, оригинальность работы очень низка (менее 20%);

- 21-30 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет общее представление о теме реферата/доклада, но не способен самостоятельно делать обоснованные выводы, а оригинальность работы составляет 20-25%;

- 31-40 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет общее представление о теме реферата/доклада, способен логически верно строить план работы, однако допускает серьезные ошибки при раскрытии темы, оригинальность работы составляет 25-30%;

- 41-50 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет определенное представление о теме реферата/доклада, способен логически верно строить план работы, но при этом допускает ошибки при формулировке самостоятельных выводов, оригинальность работы составляет 30-35%;

- 51-65 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что он имеет достаточное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, но допускает при этом ошибки, оригинальность работы составляет 35-40%;

- 66-85 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет хорошее представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, оригинальность работы составляет 40-45%;

- 86-100 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет отличное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, выступил с презентацией своей работы на занятии, оригинальность работы - выше 45%.

**КЛЮЧИ ПРАВИЛЬНЫХ ОТВЕТОВ К ФОНДУ
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине

Цены и ценообразование

Образовательная программа

38.03.01 Экономика

Направленность (профиль)

Финансы и кредит

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Форма обучения

заочная

Статус дисциплины: входит в обязательную часть

Избербаш, 2023

№	Прав. ответ	Содержание вопроса	Компетенция	Время выполнения, мин.
1.	Г)	Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами функции: А) измерительной; Б) регулирующей; В) распределительной; Г) стимулирующей.	ПК-2 ПК-4	2
2.	В)	Оптовая цена предприятия включает: А) оптовую цену промышленности и надбавку торговой организации; Б) себестоимость и надбавку предприятия-посредника; В) себестоимость, прибыль предприятия-производителя и косвенные налоги; Г) оптовую цену промышленности и надбавку оптовой организации.	ПК-2 ПК-4	2
3.	Б)	Закупочные цены — это цены, устанавливаемые государством на: А) продукцию строительства; Б) продукцию сельского хозяйства; В) услуги населению; Г) услуги в сфере обращения.	ПК-2 ПК-4	2
4.	Г)	В состав бухгалтерских издержек не включаются: А) материальные затраты; Б) затраты на оплату труда; В) амортизационные отчисления; Г) неявные издержки.	ПК-2 ПК-4	2
5.	В)	К постоянным затратам относятся: А) затраты на сырье и материалы; Б) затраты на заработную плату основным работникам; В) затраты на аренду помещений; Г) расходы на топливо и энергию.	ПК-2 ПК-4	2
6.	А)	Торговая наценка включает: А) издержки и прибыль розничного продавца; Б) издержки и прибыль предприятия оптовой торговли; В) затраты производителя, связанные с реализацией продукции; Г) себестоимость продукции.	ПК-2 ПК-4	2
7.	В)	Целевые рынки предприятия - это: А) рынок текущего спроса; Б) рынок совершенной конкуренции; В) рынок, на который ориентируется деятельность предприятия; Г) рынок потребителей.	ПК-2 ПК-4	2
8.	Г)	Стратегия высоких цен применяется (найди неверный ответ): А) к новым товарам, не имеющим аналогов на рынке; Б) к товарам, по которым спрос не зависит от цены; В) с целью проникновения на новый рынок; Г) к товарам, по которым у предприятия нет перспективы долгосрочного массового сбыта.	ПК-2 ПК-4	2
9.	В)	Верхний предел цены определяет: А) себестоимость продукции; Б) объем предложения на рынке;	ПК-2 ПК-4	2

		В) спрос на данный товар; Г) количество покупателей		
10.	Б)	Основными характеристиками стадии разработки вступления товара на рынок являются (найти неверный ответ): А) большое количество конкурентов; Б) отсутствие конкурентов; В) высокие научно-исследовательские издержки; Г) соответствие цены качеству продукции	ПК-2 ПК-4	2
11.	А)	Себестоимость продукции включает... А) затраты, связанные с производством продукции Б) затраты на производство и реализацию продукции В) затраты, связанные с реализацией продукции Г) издержки обращения	ПК-2 ПК-4	2
12.	Г)	Постоянные издержки – это... А) затраты на единицу продукции Б) издержки, удельный вес которых снижается при увеличении объема производства В) неявные издержки Г) затраты, величина которых не зависит от объема производства Д) затраты, величина которых зависит от объема производства	ПК-2 ПК-4	2
13.	Б)	Ценовая политика предприятия – это... А) совокупность методов формирования цен Б) общие цели, которых предприятие собирается достичь с помощью цен В) изучение рынка потребителей Г) совокупность практических приемов и методов формирования цены	ПК-2 ПК-4	2
14.	Б)	Сегментация рынка – это... А) разграничение рынка на рынок продавца и рынок покупателя Б) разделение рынка потребителей на группы с учетом каких-либо характеристик В) разбиение предприятий-производителей в зависимости от масштабов производства Г) разделение предприятий по масштабу производства	ПК-2 ПК-4	2
15.	В)	На рынке монополистической конкуренции сделки совершаются... А) по государственным ценам Б) по единой рыночной цене В) в широком диапазоне цен Г) по ценам предприятий-монополистов	ПК-2 ПК-4	2
16.	Б), Г)	Важные черты, которые отличают монополистическую конкуренцию от совершенной конкуренции, состоят в том, что... А) в длительном периоде в условиях монополистической конкуренции фирмы получают экономическую прибыль Б) товары конкурирующих фирм реализуются по различным ценам В) имеются серьезные барьеры для вхождения на рынок монополистической конкуренции Г) конкурирующие фирмы продают дифференцированный товар, а не однородный Д) конкурирующие фирмы продают уникальные товары	ПК-2 ПК-4	2
17.	В)	Зависимость между спросом и ценой проявляется в том, что...	ПК-2 ПК-4	2

		<p>А) повышение цены ведет к увеличению спроса Б) увеличение спроса приводит к снижению цены товара В) увеличение спроса приводит к увеличению цены товара Г) снижение цены приводит к снижению спроса</p>		
18.	А)	<p>Закон предложения гласит, что... А) при прочих равных условиях увеличение цены товара приводит к увеличению объема предложения товара Б) при прочих равных условиях увеличение цены товара приводит к снижению объема предложения товара В) изменение цены товара не влияет на изменение объема предложения Г) при прочих равных условиях снижение цены приводит к увеличению объема спроса</p>	<p>ПК-2 ПК-4</p>	2
19.		<p>Прямые методы регулирования цен применяются на ... А) социально-значимую продукцию Б) товары широкого потребления В) жилищно-коммунальные услуги Г) продукцию естественных монополий</p>	<p>ПК-2 ПК-4</p>	2
20.	Б)	<p>Протекционизм преследует цель... А) увеличить цены на реализуемую за рубежом продукцию Б) защитить внутренний рынок от отрицательного воздействия внешнего рынка В) увеличить объемы импорта товаров в страну Г) снизить объемы экспорта товаров из страны</p>	<p>ПК-2 ПК-4</p>	2
21.	Г)	<p>К прямым методам протекционистской политики относятся... А) санитарные и технические нормы Б) применение импортных квот В) лицензирование внешнеэкономической деятельности Г) применение экспортных квот</p>	<p>ПК-2 ПК-4</p>	2
22.	А)	<p>Снижение цены товара приводит к увеличению выручки от реализации в случае: А) эластичного спроса; Б) неэластичного спроса; В) спроса единичной эластичности; Г) положительной эластичности</p>	<p>ПК-2 ПК-4</p>	2
23.	А)	<p>Если коэффициент перекрестной эластичности меньше нуля, то товары: А) взаимозаменяемы; Б) взаимодополняемы; В) нейтральны; Г) все ответы верны</p>	<p>ПК-2 ПК-4</p>	2
24.	Б)	<p>Ценовая эластичность спроса определяется как: А) отношение процентного изменения цены к процентному изменению объема продаж; Б) отношение процентного изменения объема продаж к процентному изменению цены; В) произведение процентного изменения объема продаж и процентного изменения цены; Г) произведение объема продаж и цены товара</p>	<p>ПК-2 ПК-4</p>	2
25.	А)	<p>Метод удельных показателей: А) основан на выделении одного качественного параметра, величина которого в значительной степени определяет уровень цены; Б) основан на экспертных оценках значимости параметров качества изделия для покупателей;</p>	<p>ПК-2 ПК-4</p>	2

		В) заключается в суммировании цен отдельных частей изделия; Г) заключается в определении совокупности издержек на единицу продукции		
26.	А)	Параметрические методы ценообразования применяются на: А) продукцию, имеющую аналоги на рынке; Б) новую продукцию, не имеющую аналогов; В) продукцию монополистов; Г) взаимодополняемые товары	ПК-2 ПК-4	2
27.		К прямым методам регулирования цен не относится: А) установление льготных условий налогообложения для определенных товаров; Б) установление предельного норматива рентабельности; В) применение «рамочных» цен; Г) установление верхнего и (или) нижнего пределов цен	ПК-2 ПК-4	2
28.	В)	По какой цене одежда продается населению: А) оптовой; Б) биржевой; В) розничной.	ПК-2 ПК-4	2
29.	Б)	Регулирование цен на продукцию предприятий-монополистов осуществляется в форме установления: А) сезонных цен; Б) предельных надбавок к ценам; Г) нижнего предела цен	ПК-2 ПК-4	2
30.	А)	«Плавающие» цены - это: А) установление пределов цен; Б) применение ценовых режимов; В) установление предельного норматива рентабельности; Г) фиксирование цен.	ПК-2 ПК-4	2

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (ФОС) ГИА соответствует требованиям ФГОС ВО.

Установленные формы и средства итогового контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки код и наименование направления подготовки.

Оценочные средства для государственной итоговой аттестации по итогам освоения основной образовательной программы и перечень учебно-методической литературы для подготовки выпускника к государственному экзамену представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется для итоговой государственной аттестации бакалавров по указанному направлению.

Эксперт:

Старший казначей Отдела №26 УФК РФ

_____ М.А. Омаров