

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 20.06.2024 08:49:07
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bdfcf836

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине

Название дисциплины «Ценообразование»

Код, направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Производственный менеджмент на предприятиях нефтяной и газовой промышленности
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Менеджмента и бизнеса
Выпускающая кафедра	Менеджмента и бизнеса

Типовое задание на контрольную работу

Контрольная работа включает ответ на теоретический вопрос и решение задач.

Примерные теоретические вопросы:

1. Экономическая природа, роль и функции цены на рынке
2. Государственное регулирование цен: теория и практика
3. Зарубежный опыт государственного регулирования цен
4. Отечественный опыт государственного регулирования цен
5. Система цен (виды цен)
6. Налогообложение и цены
7. Цены в системе управления маркетингом
8. Факторы маркетингового ценообразования
9. Стратегия и тактика маркетингового ценообразования
10. Методы маркетингового ценообразования
11. Анализ динамики цен
12. Инфляция: понятие, виды, методы измерения и анализа
13. Отраслевые особенности ценообразования
14. Виды и особенности ценообразования на различных типах рынков (чистая конкуренция, монополия и др.)
15. Взаимодействие цен и финансово-кредитной системы
16. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности
17. Основные разновидности мировых цен и цены международных контрактов

Примерные задачи:

1. Имеется конкурентный рынок, затраты на котором тесно связаны со степенью освоения производства. Есть фирмы *A*, *B*, *C* и *D*, каждая выпускает 2 тыс. ед. продукции, но у фирмы *A* больше опыта, средние затраты на единицу минимальны и равны 3,75 тыс. руб. Цены за единицу продукции в настоящий момент составляют 5 тыс. руб. Потребители чувствительны к уровню цены и немедленно реагируют на ее изменение.

Какую ценовую стратегию стоит выбрать фирме *A*?

2. Существуют два смежных рынка *X* и *Y*, на каждом по 20 покупателей. Они согласны приобрести товар по 500 руб./ед. Чтобы купить товар на соседнем рынке, понадобится истратить на транспортные расходы не менее 100 руб. Перед фирмой, действующей на рынке *X*, встает следующая проблема: конкурентный выход на рынок свободен — условия производства таковы, что приемлемая для фирмы цена производства составляет 400 руб. при выпуске 20 т продукции и 300 руб. — при выпуске 40 т с дополнительными затратами в 100 руб. на перевозку товара на соседний рынок. На рынке *Y* затраты на производство выше.

Какую стратегию ценообразования должна выбрать фирма?

3. Фирма выпускает школьно-письменные принадлежности, в том числе альбомы для рисования, которые она продает оптовому покупателю по цене 25 руб. за упаковку. В настоящее время фирма продает на внутреннем рынке в месяц 1 тыс. упаковок, но производственные мощности позволяют выпускать 2 тыс. упаковок в месяц. Фирма получила заказ на поставку на экспорт 500 упаковок в месяц по цене 15 руб. за упаковку. Фирма должна решить, принять или отклонить заказ.

Типовые вопросы к экзамену:

1. Исторические аспекты появления цены как экономической категории.
 2. Теоретические аспекты установления цены и её роль в рыночной экономике (отличие от формирования цен в условиях планово – директивной экономики).
 3. Функции цены, их сущность.
 4. Взаимодействие цены, спроса и предложения. Определение равновесной цены.
 5. Эластичность спроса по цене, методы её определения.
 6. Использование оценок эластичности для выбора стратегии и тактики ценообразования предприятия (фирмы).
 7. Система цен в экономике, её характеристика. Параметры системы цен.
 8. Классификация цен по экономическому механизму формирования цен. Основные типы механизмов формирования цен.
 9. Виды цен в зависимости от стадий товародвижения, их роль и значение.
 10. Виды цен в зависимости от государственного регулирования.
 11. Группировка цен по степени устойчивости во времени. Их характеристика (Формула скольжения).
 12. Виды цен в зависимости от условий поставки: виды цен «франко» во внутренней торговой деятельности и согласно «Инкотермс» во внешней торговле.
 13. Группировка цен в зависимости от видов рынка, их характеристика.
 14. Виды цен в зависимости от вида товара или услуги.
 15. Группировка цен по фактору времени. Методы расчёта средних цен и их применение.
- Индексная оценка динамики цен (индивидуальный индекс цен, формула Пааше).
16. Скидки к ценам как способ управления ценой. Виды скидок и их характеристика.
 17. Состав и структура цены. Основные элементы цены производителя, посредника, розничной цены.
 18. Себестоимость (расходы по производству и реализации) в составе цены и её роль в формировании цены. Способы группировки расходов на производство и реализацию продукции.
 19. Прибыль в составе цены. Рентабельность как относительная величина прибыли.
 20. Прямые и косвенные налоги (акциз, налог на добавленную стоимость), их отражение в составе цены.
 21. Характеристика надбавок (скидок) как цены за услуги участников каналов товародвижения.

22. Виды издержек производства метод определения точки безубыточности T(BSV) в практической деятельности предприятия (фирмы) для целей ценообразования.
23. Затратные методы ценообразования. Сущность ценового метода полных и сокращённых(прямых) издержек, их преимущества и недостатки.
24. Параметрические методы ценообразования, их сущность и состав.
25. Вопросы ценообразования в Гражданском кодексе Российской Федерации.
26. Вопросы ценообразования в Налоговом кодексе Российской Федерации.
27. Цели и задачи государственного регулирования цен. Нормативные правовые акты по вопросам регулирования цен.
28. Формы и методы воздействия государства на цены.
29. Формирование цен на товарных биржах, биржевые котировки, операции, типы заказов и их исполнения.
30. Факторы, влияющие на динамику биржевых цен, цены на реальный товар и фьючерсные сделки.
31. Тарифное ценообразование, механизм установления тарифов на электрическую и тепловую энергию.
32. Понятие услуги. Особенности ценообразования в сфере услуг.
33. Ценообразование в системе страховых услуг, страховой тариф, тарифная ставка и методы её расчёта.
34. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности, понятие «мировые цены», факторы, влияющие на мировые цены.
35. Цены на экспортные и импортные товары, их характеристика, таможенные пошлины и тарифы, и порядок их исчисления.
36. Регулирование цен в зарубежных странах, использование их опыта в России.

Примерные задачи, включаемые в экзаменационные билеты:

Задача №1

1. Себестоимость выпуска единицы продукции – 4000 руб.
2. Минимально приемлемая рентабельность для производства составляет – 15%
3. Косвенные налоги:
 - Ставка акциза-20%
 - Ставка НДС-20%

Определить *уровень отпускной цены* единицы продукции.

Задача №2

Какова *рентабельность единицы продукции*, если

- Отпускная цена с НДС равна 1900 руб.
- Ставка НДС -20%
- Себестоимость единицы продукции -1000 руб.

Задача №3

Представьте полную *структуру свободной отпускной цены*, если

- Себестоимость единицы продукции -494 тыс. руб.
- Свободная отпускная цена с НДС -790 тыс. руб.
- Ставка НДС – 20%

Задача №4

Исходные данные:

- Себестоимость единицы продукции – 250 тыс. руб.
- Косвенные налоги:
 - ставка акциза -15%
 - ставка НДС – 20%
- Свободная отпускная цена с НДС – 400 тыс. руб.
- Надбавка посредника (оптово-сбытовой организации) – 12%

Определите *уровень и структуру оптовой цены* посреднической организации (или цены закупа предприятия розничной торговли).