

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЮРИДИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ О.Е. КУТАФИНА (МГЮА)»**

*Кафедра управления и экономики*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

**Б1.В.ДВ.10.01**

**год набора 2023**

<b>Код и наименование специальности:</b>	40.05.03 Судебная экспертиза
<b>Уровень высшего образования:</b>	специалитет
<b>Специализация:</b>	Экономические экспертизы
<b>Форма обучения:</b>	очная
<b>Квалификация:</b>	судебный эксперт

Москва – 2023

Программа утверждена на заседании кафедры управления и экономики, протокол № 7 от «30» марта 2023 года.

Автор(ы):

Петров А.А. - доктор экономических наук, профессор кафедры управления и экономики Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА);

Рецензент(ы):

С.С. Голубев, д.э.н., профессор, Начальник отдела Центра прогнозирования развития науки, техники и технологий ФГУП ВНИИ «Центр»;

Чхутиашвили Л.В., доктор экономических наук, профессор кафедры управления и экономики ФГБОУ ВО «Московский государственный юридический университет имени О.Е.Кутафина (МГЮА)».

Петров А.А.

Ценообразование: рабочая программа дисциплины /А.А. Петров — М.: Издательский центр Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА), 2023.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

©Университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА), 2021.

# **I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

## **I.1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)**

Целью освоения дисциплины (модуля) «Ценообразование» является формирование комплексных системных знаний о 1) экономической сущности цены, закономерностях, факторах формирования и движения цен, функциях и взаимосвязи цены с основными финансово-экономическими показателями деятельности организации и роли в хозяйственном механизме; 2) содержании этапов и определяющих факторах процесса разработки ценовой политики и существующих стратегий управления ценами в условиях цифровизации рынка; 3) специфике управления ценами в различных отраслевых сегментах рынка; 4) предпосылках использования цен в управлении социально-экономическими процессами общества, принципах и методах использования закономерностей формирования цен при решении профессиональных задач в экспертной деятельности; 5) методах, направлениях и технологиях организации и проведения экспертиз ценообразования в различных отраслях на микро- и макроуровне; 6) направлениях цифровой трансформации системы ценообразования.

В ходе изучения дисциплины перед обучающимися ставятся следующие задачи:

- изучить сущность, функции и роль цены в деятельности отдельной организации и рыночной экономике в целом;
- понять существующие стратегии управления ценами в условиях современного рынка;
- понять сущность этапов процесса разработки ценовой политики и определяющих факторов;
- сформировать понимание сущности цены как экономической категории и ее взаимосвязи с основными финансово-экономическими и рыночными показателями деятельности организации;
- углубить понимание сути существующих законодательных и нормативно-правовых актов, регулирующих ценовую деятельность организаций;
- понять специфику управления ценами в различных отраслевых сегментах рынка;
- овладеть знаниями в области формирования цен и разработки ценовой политики;
- ознакомиться с системой цен, действующей в экономике РФ и принципами ее построения;
- научиться использовать полученные знания в практике профессиональной деятельности эксперта.

В рамках дисциплины «Ценообразование» специалист готовится к решению профессиональных задач в соответствии с видами профессиональной деятельности: **1) правоприменительная:** оперировать нормами гражд-

данско-, административного права; осуществлять деятельность по контролю за соблюдением ценовых предписаний, их правовой реализации в повседневную практику и государственной дисциплины цен; контролировать технологию ценообразования в соответствии с утвержденными нормами, включая структуру себестоимости и правильность формирования цены и/или причины отклонения; анализировать и обобщать работу правоприменителей в области государственного регулирования цен (тарифов); **2) экспертная:** проведение исследований по ценообразованию по заданиям правоохранительных органов и других субъектов правоприменительной деятельности; производство судебных экспертиз по административным правонарушениям; экспертиза формирования цен по госзакупкам и другим товарным группам; экспертиза проектов нормативов и других материалов по совершенствованию системы ценообразования и сметного нормирования и формирование предложений для Главгосэкспертизы России и ведомственных Экспертных советов по ценообразованию с целью повышения эффективности их деятельности; **3) технико-криминалистическая:** позволяет с применением инструментов четвертой промышленной революции установить подлинность проверяемых документов, выявить проводившиеся с документами любые незаконные действия, определить способ изготовления документов и их реквизитов; **4) консультационная:** организовать обучение и консультирование сотрудников правоохранительных органов и субъектов правоприменительной деятельности по вопросам ценообразования, назначение и производство судебных экспертиз с применением технико-криминалистических средств и методов в установлении фактических обстоятельств расследуемого правонарушения; **5) организационно-управленческая:** обеспечивает участие в организации и ведение экспертно-криминалистических учетов, справочно-информационных и информационно-поисковых систем; обучение сотрудников судебно-экспертных учреждений приемам работы с материальной обстановкой мест происшествий и методикам производства судебных экспертиз; освоение и применение инструментов четвертой промышленной революции в практической деятельности, выявление на основе анализа и обобщения экспертной практики причин и условий, способствующих совершению правонарушений, разработка предложений, направленных на их устранение.

## **I.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО**

Дисциплина (модуль) «Ценообразование» относится к элективным дисциплинам (модулям) части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 Дисциплины (модули) основной профессиональной образовательной программы высшего образования.

Освоение дисциплины «Ценообразование» позволяет расширить и углубить знания, полученные на предшествующем этапе обучения, приобрести умения и навыки, определяемые содержанием программы. Формируемые в процессе освоения дисциплины компетенции необходимы для успешной профессиональной деятельности. Обучающиеся приобретают способность

самостоятельно находить и использовать необходимые содержательно-логические связи с другими дисциплинами программы, такими как «Экономика», «Социология», «Логика», «Математика и информатика (модуль)».

Требования к уровню подготовки обучающегося (входные знания): 1) сформированность системных знаний по предшествующим изучению дисциплины «Ценообразование» дисциплинам гуманитарного, социального и экономического цикла; владение умениями применять полученные знания в практической (учебной) деятельности; 2) сформированность системных знаний по математике и информатике в объеме, предусмотренном ОП; 3) владеть умениями использовать полученные знания в практической (учебной) деятельности.

Изучение дисциплины «Ценообразование» взаимосвязано с последующим изучением следующих дисциплин: «Естественнонаучные методы судебно-экспертных исследований», «Предпринимательское право», «Финансовое право», «Патентное право», «Право социального обеспечения», «Коммерческое право».

### **Формируемые компетенции и индикаторы их достижения (планируемые результаты освоения дисциплины (модуля))**

По итогам освоения дисциплины (модуля) «Ценообразование» обучающийся должен обладать следующими компетенциями в соответствии с ФГОС ВО:

*Универсальные компетенции:*

УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки и образования в течение всей жизни.

*Профессиональные компетенции:*

ПК-5 Способен организовывать работу в области судебных экспертиз и исследований, включая организацию работы комиссии экспертов; организацию и осуществлению мероприятий по эксплуатации, поверке и использованию методов и средств в экспертной практике.

<b>Разделы (темы) дисциплины (модуля)</b>	<b>Код и наименование формируемых компетенций</b>	<b>Индикатор достижения компетенций (планируемый результат освоения дисциплины (модуля))</b>
Тема 1. Экономическая сущность цены.	ПК-5: Способен организовывать работу в области судебных экспертиз и исследований, включая организацию работы комиссии экспертов; организацию и осуществлению мероприятий по эксплуатации, поверке и использованию	ИПК 5.1 Принимает участие в составе комиссии экспертов, самостоятельно применяет методы и средства экспертных исследований ИПК 5.2 Выполняет функции эксперта-организатора в ходе выполнения сложных и трудоемких экспертиз в составе комиссии ИПК 5.4 Организует осуществление ме-

	методов и средств в экспертной практике	роприятий по эксплуатации, поверке и техническому обслуживанию приборов и оборудования в экспертной практике
Тема 2. Система цен, их классификация и характеристика.	УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки и образования в течение всей жизни	ИУК 6.1 Понимает важность планирования перспективных целей и задач деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда ИУК 6.2 Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств и личностных возможностей, критически оценивая временные затраты на соответствующий этап деятельности для достижения поставленных целей и задач ИУК 6.3. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей ИУК 6.4 Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, распределяет их на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения ИУК 6.5 Использует основные возможности и инструменты непрерывного образования (образования в течение всей жизни) для реализации собственных потребностей с учетом личностных возможностей, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда
	ПК-5: Способен организовывать работу в области судебных экспертиз и исследований, включая организацию работы комиссии экспертов; организацию и осуществлению мероприятий по эксплуатации, поверке и использованию методов и средств в экспертной практике	ИПК 5.1 Принимает участие в составе комиссии экспертов, самостоятельно применяет методы и средства экспертных исследований ИПК 5.2 Выполняет функции эксперта-организатора в ходе выполнения сложных и трудоемких экспертиз в составе комиссии ИПК 5.3 Организует и возглавляет работу комиссии экспертов в ходе выполнения комплексных экспертиз и исследований в различных видах судопроизводства ИПК 5.4 Организует осуществление мероприятий по эксплуатации, поверке и техническому обслуживанию приборов и оборудования в экспертной практике
Тема 3. Методология и методы ценообразования.	УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее	ИУК 6.1 Понимает важность планирования перспективных целей и задач деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста,

	совершенствования на основе самооценки и образования в течение всей жизни	временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда ИУК 6.2 Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств и личностных возможностей, критически оценивая временные затраты на соответствующий этап деятельности для достижения поставленных целей и задач ИУК 6.3. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей ИУК 6.5 Использует основные возможности и инструменты непрерывного образования (образования в течение всей жизни) для реализации собственных потребностей с учетом личностных возможностей, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда
	ПК-5: Способен организовывать работу в области судебных экспертиз и исследований, включая организацию работы комиссии экспертов; организацию и осуществлению мероприятий по эксплуатации, поверке и использованию методов и средств в экспертной практике.	ИПК 5.1 Принимает участие в составе комиссии экспертов, самостоятельно применяет методы и средства экспертных исследований ИПК 5.2 Выполняет функции эксперта-организатора в ходе выполнения сложных и трудоемких экспертиз в составе комиссии ИПК 5.3 Организует и возглавляет работу комиссии экспертов в ходе выполнения комплексных экспертиз и исследований в различных видах судопроизводства ИПК 5.4 Организует осуществление мероприятий по эксплуатации, поверке и техническому обслуживанию приборов и оборудования в экспертной практике
Тема 4. Элементы (структура) цены и их влияние на уровень цены. Взаимосвязь внутренних и внешних цен.	УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки и образования в течение всей жизни	ИУК 6.1 Понимает важность планирования перспективных целей и задач деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда ИУК 6.2 Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств и личностных возможностей, критически оценивая временные затраты на соответствующий этап деятельности для достижения поставленных целей и задач ИУК 6.3. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей ИУК 6.4 Определяет задачи саморазвития

		<p>и профессионального роста, распределяет их на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения</p> <p>ИУК 6.5 Использует основные возможности и инструменты непрерывного образования (образования в течение всей жизни) для реализации собственных потребностей с учетом личностных возможностей, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда</p>
	<p>ПК-5: Способен организовывать работу в области судебных экспертиз и исследований, включая организацию работы комиссии экспертов; организацию и осуществлению мероприятий по эксплуатации, проверке и использованию методов и средств в экспертной практике.</p>	<p>ИПК 5.1 Принимает участие в составе комиссии экспертов, самостоятельно применяет методы и средства экспертных исследований</p> <p>ИПК 5.2 Выполняет функции эксперта-организатора в ходе выполнения сложных и трудоемких экспертиз в составе комиссии</p> <p>ИПК 5.3 Организует и возглавляет работу комиссии экспертов в ходе выполнения комплексных экспертиз и исследований в различных видах судопроизводства</p> <p>ИПК 5.4 Организует осуществление мероприятий по эксплуатации, проверке и техническому обслуживанию приборов и оборудования в экспертной практике</p>
Тема 5. Особенности ценнообразования в различных рыночных условиях.	<p>УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки и образования в течение всей жизни</p>	<p>ИУК 6.1 Понимает важность планирования перспективных целей и задач деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда</p> <p>ИУК 6.2 Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств и личностных возможностей, критически оценивая временные затраты на соответствующий этап деятельности для достижения поставленных целей и задач</p> <p>ИУК 6.3. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей</p> <p>ИУК 6.4 Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, распределяет их на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения</p> <p>ИУК 6.5 Использует основные возможности и инструменты непрерывного образо-</p>



		<p>вания (образования в течение всей жизни) для реализации собственных потребностей с учетом личностных возможностей, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда</p>
	<p>ПК-5: Способен организовывать работу в области судебных экспертиз и исследований, включая организацию работы комиссии экспертов; организацию и осуществлению мероприятий по эксплуатации, поверке и использованию методов и средств в экспертной практике.</p>	<p>ИПК 5.1 Принимает участие в составе комиссии экспертов, самостоятельно применяет методы и средства экспертных исследований</p> <p>ИПК 5.2 Выполняет функции эксперта-организатора в ходе выполнения сложных и трудоемких экспертиз в составе комиссии</p> <p>ИПК 5.3 Организует и возглавляет работу комиссии экспертов в ходе выполнения комплексных экспертиз и исследований в различных видах судопроизводства</p> <p>ИПК 5.4 Организует осуществление мероприятий по эксплуатации, поверке и техническому обслуживанию приборов и оборудования в экспертной практике</p>
<p>Тема 6. Стратегия и тактика ценообразования предприятия и оценка риска принимаемых ценовых решений.</p>	<p>УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки и образования в течение всей жизни</p>	<p>ИУК 6.1 Понимает важность планирования перспективных целей и задач деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда</p> <p>ИУК 6.2 Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств и личностных возможностей, критически оценивая временные затраты на соответствующий этап деятельности для достижения поставленных целей и задач</p> <p>ИУК 6.3. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей</p> <p>ИУК 6.4 Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, распределяет их на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения</p> <p>ИУК 6.5 Использует основные возможности и инструменты непрерывного образования (образования в течение всей жизни) для реализации собственных потребностей с учетом личностных возможностей, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда</p>
	<p>ПК-5: Способен организовывать работу в области</p>	<p>ИПК 5.1 Принимает участие в составе комиссии экспертов, самостоятельно при-</p>

	судебных экспертиз и исследований, включая организацию работы комиссии экспертов; организацию и осуществлению мероприятий по эксплуатации, поверке и использованию методов и средств в экспертной практике.	меняет методы и средства экспертных исследований ИПК 5.2 Выполняет функции эксперта-организатора в ходе выполнения сложных и трудоемких экспертиз в составе комиссии ИПК 5.3 Организует и возглавляет работу комиссии экспертов в ходе выполнения комплексных экспертиз и исследований в различных видах судопроизводства ИПК 5.4 Организует осуществление мероприятий по эксплуатации, поверке и техническому обслуживанию приборов и оборудования в экспертной практике
--	---	--

В результате освоения дисциплины (модуля) «Ценообразование» обучающийся должен:

**знать:** сущность экономических понятий и категорий, характер взаимосвязи теоретических знаний с практической деятельностью; систему классификации цен; характер действия ценообразующих факторов; правовые, экономические, социальные и политические предпосылки изменения цен; виды цен с точки зрения их функционального назначения; тренды трансформации системы ценообразования под воздействием цифровизации, практическое действие ценового алгоритма; правила выбора ценовой стратегии; структуру цены, правила её расчета; тенденции ценообразования на внутреннем и внешних рынках; установление цены в зависимости от основ технологии производства в отрасли и на предприятии; значение больших данных и инструментов работы с ними для расчета цены; современные методы планирования и организации процесса ценообразования; факторы проведения ценовой политики и выбора ценовой стратегии; особенности ценообразования в отраслях и сферах экономической деятельности общества;

**уметь:** свободно оперировать основными экономическими понятиями и категориями; правильно и полно отражать содержание экономических понятий и категорий и их взаимосвязи; находить, распознавать и накапливать информацию по вопросам ценообразования, необходимым для профессиональной деятельности эксперта; систематизировать и обобщать информацию при установлении цены; выявлять тренды трансформации системы ценообразования под воздействием цифровизации, практическое действие ценового алгоритма; использовать информационные технологии для решения экономических задач на предприятии в зависимости от методов ценообразования; выявлять проблемы установления цены при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; применять большие данные и инструменты работы с ними для расчета цены;

**владеть: (навыками, способностями):** - применения знаний и умений при обсуждении практических (учебных) вопросов; самостоятельного сбора, подготовки и описания исследовательских материалов на заданные темы и

оценивания материалов, подготовленных другими участниками; навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии; методами экспертизы действующих цен; методами исследования ценообразующих факторов; - навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии.

## II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Объем дисциплины (модуля) составляет 36 з.е., 72 академических часа. Форма промежуточной аттестации – зачет.

### 2.1. Тематический план

№ п/ п	Разделы (темы) дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной деятельности и объем (в академических часах)			Форма текущего контроля/ Форма промежуточной аттестации	
			лекции	ПЗ	СР		
	РАЗДЕЛ 1. Основы теории и методологии ценообразования						
1	Экономическая сущность цены	4	2	2	4	Управляемая дискуссия	Тесты/ контрольные задания
2	Система цен, их классификация и характеристика	4	2	2	6	Управляемая дискуссия	Тесты/ контрольные задания
3	Методология и методы ценообразования	4	2	4	6	Управляемая дискуссия	Тесты/ контрольные задания
	РАЗДЕЛ 2. Практические вопросы ценообразования						
4	Элементы (структура) цены и их влияние на уровень цены. Взаимосвязь внутренних и внешних цен	4	2	4	8	Управляемая дискуссия	Тесты/ контрольные задания
5	Особенности ценообразования в различных рыночных условиях	4	2	4	8	Управляемая дискуссия	Тесты/ контрольные задания
6	Стратегия и тактика ценообразования предприятия и оценка риска принимаемых ценовых решений	4	2	4	8	Управляемая дискуссия	Тесты/ контрольные задания
	<b>Всего по ОФО</b>		<b>12</b>	<b>20</b>	<b>40</b>		

## **2.2. Занятия лекционного типа**

### **Раздел 1. Основы теории и методологии ценообразования**

#### **Лекция 1. Экономическая сущность цены**

1. Основы теории ценообразования.
2. Методология, принципы и методы ценообразования.
3. Внутренние и внешние ценообразующие факторы и взаимосвязь между ними.
4. Базовые элементы цены и их влияние на уровень цены.
5. Основные функции цены и их взаимосвязь (экономическая, учетная, распределительная, стимулирующая).
6. Источники информации о цене.
7. Методология и методы ценообразования Факторы, определяющие важность цены.
8. Причины колебания цены.
9. Воздействие четвертой промышленной революции на сущность цены (Большие данные, цифровая платформа, маркетплейс и формирование цены, глобальная цепочка (добавленной) стоимости, ценовой алгоритм как форма цифрового картеля).

#### **Задания для подготовки:**

Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы, нормативного материала.

#### **Лекция 2. Система цен, их классификация и характеристика**

1. Виды цен, их классификация и характеристика с учетом региона действия, способа государственного регулирования, сферы обслуживания товарного обращения и характера возмещения транспортных расходов (ИНКОТЕРМС).
2. Критерии классификации цен
3. Система внутренних и внешних цен как совокупность взаимосвязанных и дополняющих друг друга цен. Блоки цен, входящие в ценовую систему и взаимосвязь между ними.
4. Взаимосвязь между системой цен и экономической средой, в которой они действуют.
5. Система цен на цифровой платформе и маркетплейсах.
6. Ценовой алгоритм.

#### **Задания для подготовки:**

Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы, нормативного материала.

#### **Лекция 3. Методология и методы ценообразования**

1. Цели ценовой политики.
2. Методы и этапы ценообразования с учетом потребительского рынка и его эластичности.
3. Сущность и составные элементы методологии ценообразования.
4. Основные группы ценообразующих факторов.
5. Влияние конкуренции на ценообразование.
6. Затратные методики ценообразования.
7. Рыночные методики ценообразования.
8. Задачи, формы и методы государственного регулирования цен.
9. Применение больших данных в ценовой политике – гарантия лидерства.

**Задания для подготовки:**

Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы, нормативного материала.

## **Раздел 2. Практические вопросы ценообразования**

### **Лекция 4. Элементы (структура) цены и их влияние на уровень цены. Взаимосвязь внутренних и внешних цен.**

1. Структура цены.
2. Понятие, состав и классификация затрат, их отражение в цене.
3. Сущность, значение и виды себестоимости продукции.
4. Калькулирование себестоимости продукции.
5. Прибыль организации и ее связь с ценой.
6. Надбавки, наценки, налоги и таможенные сборы как элементы цены.
7. Система скидок, цена и прибыль.
8. Методика расчета цены.
9. Сравнительная характеристика оптовых и розничных цен.

**Задания для подготовки:**

Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы, нормативного материала.

### **Лекция 5. Особенности ценообразования в различных рыночных условиях**

1. Ценообразование с учетом жизненного цикла товара
2. Пакетное ценообразование
3. Ценообразование в рамках товарной линии
4. Определение цен на товары-новинки
5. Конкуренция и ценовые войны
6. Государственные контрактные цены (ФЗ-44)
7. Государственные договорные цены (ФЗ-223)

**Задания для подготовки:**

Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы, нормативного материала.

**Лекция 6. Стратегия и тактика ценообразования предприятия и оценка риска принимаемых ценовых решений**

1. Сущность и взаимосвязь ценовой политики и ценовой стратегии предприятия.
2. Основные цели, задачи и направления ценовой политики предприятия.
3. Стратегия и тактика ценовой политики предприятия.
4. Значение информации в принятии решений по ценообразованию.
5. Денежное обращение, инфляция и изменение цен.
6. Возможность использования скрытых знаний (закономерностей) в ценовой политике предприятия.
7. Возможность использования ценового алгоритма для формирования картельного сговора и реакция антимонопольной службы.
8. Оценка риска принимаемых решений по ценам

**Задания для подготовки:**

Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы, нормативного материала.

**2.3. Занятия семинарского типа****Раздел 1. Основы теории и методологии ценообразования****Практическое занятие 1. Экономическая сущность цены**

1. Цена и полезность товара.
2. Основные функции цены и их взаимосвязь.
3. Внутренние и внешние ценообразующие факторы.
4. Цифровая монополия, ее отличие от классической и влияние на цену.
5. Цифровая платформа, маркетплейс и формирование цены.
6. Глобальная цепочка (добавленной) стоимости.
7. Характеристика ценового алгоритма.
8. Факторы, определяющие важность цены.
9. Причины колебания цены.
10. Политическая составляющая цены.

**Задания для подготовки:**

✓ ознакомиться с новыми терминами и понятиями по теме практического занятия;

- ✓ уточнить взаимосвязь предмета дисциплины «Ценообразование» с дисциплинами «Экономика», «Основы управления», «Социология», «Логика», «Математика и информатика (модуль)»;
- ✓ подготовить схему, отражающую взаимосвязь функций ценообразования;
- ✓ подготовить характеристику основных источников информации о цене;
- ✓ дать характеристику инструментов ЧПР.

**Вопросы для дополнительного анализа, обсуждения и подготовки докладов-презентаций:**

1. Существует ли единство цен на национальном рынке, на глобальном рынке.
2. Цена как индикатор, мотиватор, стимулятор собственника/продавца и покупателя/потребителя, как показатель эффективной деятельности организации/предприятия.
3. Цена как фактор дифференциации населения на социальные группы
4. Цена и интересы собственника/продавца и покупателя/потребителя.
5. Цена как инструмент управления поведением и настроением масс (населения).
6. Сделать схему взаимосвязи функций ценообразования.
7. Объяснить связь между ценой и налогами. Объяснить ценовую цель. Графически/рисунком показать различие между ценой и ценообразованием.

**Тесты:**

1. Цены в рыночной экономике играют следующие роли:
  - индикатора, отражающего конъюнктуру рынка;
  - случайной величины соотношения спроса и ценности товара;
  - регулятора рынка, с помощью которого осуществляется воздействие на спрос и предложение;
  - индикатора, характеризующего уровень регулируемости рынка государством.
2. Основные условия эффективного функционирования рыночного механизма ценообразования:
  - свободный выбор любым юридическим лицом любых видов деятельности (кроме запрещенных законом);
  - жесткое государственное регулирование процесса ценообразования;
  - наличие конкурентной среды;
  - существование различных форм собственности на средства производства;
  - отсутствие таможенных ограничений на импорт и экспорт;
  - формирование цены на основе спроса и предложения.

3. К функциям цен не относится:

- стимулирующая;
- фискальная;
- регулирующая;
- политическая;
- распределительная;
- сбалансирования спроса и предложения;
- сбалансирования спроса и доходов населения.

**Задание для интеллектуалов (эссе):**

Объяснить систему ценообразования и формирования цены:

1. Бери или плати, Плати или бери (Take-or-Pay; ToP).
2. Терминал Ворота Арктики и цена на энергоресурсы.

## **Практическое занятие 2. Система цен, их классификация и характеристика**

1. Базовые участники процесса ценообразования.
2. Виды цен, их классификация и характеристика с учетом региона действия, способа государственного регулирования, сферы обслуживания товарного обращения и характера возмещения транспортных расходов.
3. Критерии классификации цен
4. Система цен в современной экономике, включая внутренние и внешние.
5. Система цен как совокупность взаимосвязанных и дополняющих друг друга цен.
6. Система ИНКОТЕРМС или классификация цен с учетом условий поставки и продажи товаров (франкирование цен).
7. Блоки цен, входящие в ценовую систему и взаимосвязь между ними.
8. Система цен на цифровой платформе и маркетплейсах.
9. Ценовой алгоритм.

**Задания для подготовки:**

- ✓ подготовить анализ конкретной ситуации по вопросу о видах классификации цен (в соответствии с заданием преподавателя);
- ✓ подготовить эпизод сценария обучающей игры (в соответствии с заданием преподавателя);
- ✓ предложить вариант схематического отображения классификационных групп цен;
- ✓ подготовить аналитическую записку на одну из следующих тем (по согласованию с преподавателем):
  - «Участие производителей и продавцов товаров в формировании цены»;
  - «Влияние покупателей и потребителей на установление цен»;



- «Роль торговых посредников в процессе установления цены»;
- «Государство как участник ценообразования»;

**Вопросы для дополнительного анализа, обсуждения и подготовки докладов-презентаций:**

1. Цена (стоимость) и полезность (ценность) товара.
2. Ценность товара: что это такое и от чего она зависит.
3. Характеристика и виды цен в зависимости от степени и способа регулирования со стороны государства.
4. Что определяет экономическую ценность товара.
5. Объяснить ценовую политику РФ на энергоресурсы (углеводороды), поставляемые в страны ЕС, Белоруссию и Китай.
6. Дать правовую оценку системе Incoterms – 2020.
7. Виды цен в зависимости от характера возмещения транспортных расходов.
8. Мировые цены и цены внешней торговли.
9. Виды цен в зависимости от способа и источника получения информации.

**Тесты:**

1. Метод ценообразования, характерный для фирм-монополистов:
  - 1) на основе ощущаемой ценности товара;
  - 2) затратный;
  - 3) на основе анализа безубыточности и получения целевой прибыли;
  - 4) на основе закрытых торгов и аукционов.
2. В случае выхода на новый рынок (сегмент) фирма предлагает старый товар:
  - 1) по относительно низким ценам;
  - 2) по монополюно высоким ценам;
  - 3) по ценам, равным ценам конкурентов;
  - 4) цены дифференцированы.
3. Базисное условие цены FCA предполагает сдачу товара:
  - 1) в порту назначения;
  - 2) в порту отправления;
  - 3) первому перевозчику в поименованном пункте.
4. Условия «франко» зависят от ...
  - 1) государственной политики;
  - 2) особенностей его транспортировки;
  - 3) рыночной стратегии продавца;
  - 4) типа товара.

5. Виды цен в зависимости от территории действия:

- 1) гибкие;
- 2) единые;
- 3) зональные;
- 4) контрактные;
- 5) местные;
- 6) рыночные;
- 7) справочные.

**Задание для интеллектуалов (эссе):**

1. Доклад-презентация: Применяемая система цен на цифровой платформе Wildberries и ее маркетплейсах.
2. Доклад-презентация: Описать действие ценового алгоритма и его влияние на всю систему ценообразования.

**Письменно подготовить к практическому занятию 3 характеристики методов:**

1. Метод полных издержек
2. Метод предельных издержек
3. Метод ценообразования на основе дохода с оборота
4. Метод рентабельности инвестиций (дохода на вложенный капитал)
5. Метод анализа безубыточности и определения целевой прибыли
6. Ценообразование, ориентированное на спрос потребителей
7. Параметрические методы ценообразования
8. Методы ценообразования, ориентированные на конкурентное окружение

**Практическое занятие 3. Методология и методы ценообразования**

1. Основные правила и принципы формирования цен.
2. Сущность и составные элементы методологии ценообразования.
3. Методы и этапы ценообразования с учетом потребительского рынка и его эластичности.
4. Основные группы ценообразующих факторов.
5. Классификационные признаки методов ценообразования.
6. Факторы, влияющие на выбор метода ценообразования.
7. Выбор оптимального уровня цен в конкретной хозяйственной ситуации.
8. Технология (этапы) формирования цены.
9. Влияние конкуренции на ценообразование.
10. Методы ценообразования – сравнительная характеристика.
11. Сравнительная характеристика затратных и рыночных методик ценообразования.
12. Задачи, формы и методы государственного регулирования цен.

### 13. Применение больших данных для выбора метода и методик формирования цены.

#### **Задания для подготовки к практическим занятиям:**

- ✓ Изобразить схематически содержание методологии ценообразования (показать её элементы).
- ✓ Принципы методологии ценообразования.
- ✓ Объяснить связь между целью и методологией.
- ✓ Содержание и значение методики в стратегии ценообразования.
- ✓ Общие и различия в методиках формирования цены.
- ✓ Объяснить значение метода реализации цели методологии.
- ✓ Правила ценообразования в технологии формирования цены (дать схему, рисунок).
- ✓ Внутренние и внешние факторы, влияющие на выбор метода ценообразования (дать схему, рисунок).
- ✓ Метод формирования цены на основе полных затрат и его практическое применение (дать схему, рисунок).
- ✓ Метод прямых затрат или метод определения цены на основе переменных затрат и его практическое применение

#### **Вопросы для дополнительного анализа, обсуждения и подготовки докладов-презентаций:**

- 1) Дать характеристику метода полных издержек
- 2) Дать характеристику метода предельных издержек
- 3) Дать характеристику метода ценообразования на основе дохода с оборота
- 4) Дать характеристику метода рентабельности инвестиций (дохода на вложенный капитал)
- 5) Дать характеристику метода анализа безубыточности и определения целевой прибыли
- 6) Охарактеризовать ценообразование, ориентированное на спрос потребителей
- 7) Охарактеризовать параметрические методы ценообразования
- 8) Охарактеризовать методы ценообразования, ориентированные на конкурентное окружение
- 9) Основные группы ценообразующих факторов.
- 10) Ценовая и неценовая конкуренция.
- 11) Затратные методики ценообразования: за и против.
- 12) Рыночные методики ценообразования: плюсы и минусы.
- 13) Задачи, формы и методы государственного регулирования цен.

#### **Тесты:**

1. Расчет цены включает этапы:

- 1) постановка целей и задач ценообразования;
- 2) определение спроса;
- 3) оценка издержек производства;
- 4) анализ цен и качества товаров конкурентов;
- 5) выбор метода ценообразования;
- 6) расчет исходной цены;
- 7) учет дополнительных факторов;
- 8) учет ценовой политики ведущих государств мирового хозяйства;
- 9) учет возможных санкций;
- 10) установление окончательной цены.

2. Аукционный метод ценообразования используется для определения цен на продукцию:

- 1) товары-новинки;
- 2) с непревзойденными свойствами;
- 3) товары индивидуального пользования;
- 4) товар, качество которого невозможно оценить.

3. Основные направления сбора информации при формировании ценовой стратегии:

- 1) о товаре;
- 2) о возможностях производственного подразделения;
- 3) об издержках производства;
- 4) о ценах на товар;
- 5) о рынке в целом;
- 6) о стратегии развития предприятия;
- 7) о конкуренции и конкурентах;
- 8) о методах ценообразования на данный товар у конкурентов;
- 9) о государственной политике в области формирования цен на данный товар;
- 10) о производстве и реализации товара.

4. Все методы ценообразования подразделяются на 2 группы:

- 1) затратные;
- 2) рыночные;
- 3) параметрические;
- 4) расчетные;
- 5) нормативные;
- 6) агрегатные.

5. К затратным методам ценообразования относятся:

- 1) метод полных издержек;
- 2) метод установления тендерной цены;
- 3) метод прямых затрат;
- 4) метод нормативных издержек;

- 5) балловый метод;
- 6) метод, ориентированный на получение целевой прибыли;
- 7) метод рентабельности (доходности) инвестиций;
- 8) метод структурной аналогии;
- 9) агрегатный метод.

6. К параметрическим методам ценообразования относятся:

- 1) метод, ориентированный на получение целевой прибыли;
- 2) метод структурной аналогии;
- 3) агрегатный метод;
- 4) балловый метод;
- 5) метод удельных показателей;
- 6) метод “ориентация на конкурентов”;
- 7) метод, ориентированный на определение ценности товара для покупателя;
- 8) аукционный метод установления цены;
- 9) метод регрессионного анализа.

7. К рыночным методам ценообразования относятся:

- 1) аукционный метод установления цены;
- 2) методы “психологического” ценообразования;
- 3) метод “ориентация на конкурентов”;
- 4) метод, ориентированный на определение ценности товара для покупателя;
- 5) метод структурной аналогии;
- 6) метод удельных показателей;
- 7) метод максимизации продаж с учетом эластичности спроса.

**Задание для интеллектуалов (эссе):**

1. Какую систему ценообразования применять на цифровой платформе.
2. Система ценообразования на маркетплейсе (это место на цифровой платформе).
3. Применение Больших данных для определения наиболее эффективной модели ценообразования.

## **Раздел 2. Практические вопросы ценообразования**

**Практическое занятие 4. Элементы (структура) цены и их влияние на уровень цены. Взаимосвязь внутренних и внешних цен**

1. Структура цены
2. Понятие, состав и классификация затрат, расходов и издержек.
3. Отражение затрат, расходов и издержек в себестоимости и цене.
4. Себестоимость продукции и её место в структуре цены.

5. Сущность, значение и виды себестоимости продукции.
6. Калькулирование себестоимости продукции.
7. Система скидок, цена и прибыль.
8. Скидки за особые условия продаж как инструмент ценовой политики предприятия.
9. Надбавки (снабженческо-сбытовая, торговая), наценки, налоги и таможенные сборы как элементы цены.
10. Налог на добавленную стоимость и цена.
11. Сравнительная характеристика оптовых и розничных цен.
12. Ценообразование на импортные товары. Таможенная стоимость и методы ее определения.
13. Таможенные пошлины и сборы: значение, роль, виды. Влияние таможенных пошлин на цену.
14. Прибыль в составе цены.

#### **Задания для подготовки:**

- ✓ подготовить анализ конкретной ситуации по вопросу о структуре цены (в соответствии с заданием преподавателя);
- ✓ подготовить эпизод сценария обучающей игры (в соответствии с заданием преподавателя);
- ✓ классификация затрат и возможности их снижения и завышения.
- ✓ производственные и непроизводственные затраты организации и их воздействие на себестоимость продукции и прибыль организации.
- ✓ косвенные налоги как элементы цены.
- ✓ скрытые составляющие цены и их воздействие на прибыль организации.
- ✓ сущность НДС и почему предприниматели требуют его отмены. Порядок и сроки уплаты НДС.
- ✓ Оптимизация налогов с целью стабилизации цен.

#### **Вопросы для дополнительного анализа, обсуждения и подготовки докладов-презентаций:**

1. Объяснить общее и отличия между категориями: затраты, расходы и издержки и их влияние на себестоимость, цену и прибыль.
2. Влияние надбавок и наценок на цену.
3. Учет таможенных сборов в цене.
4. Структура цены на импортную продукцию: промышленное оборудование, потребительские товары.
5. Влияние НДС на конечные потребительские цены.
6. Политика скидок как дискриминация и как стимулирование продаж.
7. Какие налоги и сборы учитываются в цене.
8. Значение оплаты труда в себестоимости и конкурентоспособности продукции компании.
9. Альтернативные и предотвратимые издержки и их роль в обосновании цен.

10. Обоснование минимального норматива рентабельности к издержкам.

**Задача:**

1. Компания предоставляет покупателям своей продукции скидки за ускоренную оплату в размере 3% от отпускной цены продукции, если оплату производят сразу, и 0,5% — если в течение 10 дней. Определите, когда покупателю выгоднее оплатить свою покупку, если:

- цена единицы продукции — 50 руб.;
- покупаемое количество продукции — 1000 ед.;
- годовой банковский процент при вложении свободных финансовых ресурсов в банк — 14%.

Каков наиболее выгодный срок оплаты?

**Тесты:**

1. Основные этапы определения цены на продукцию (проставить в правильной очередности):

- а) оценка издержек производства;
- б) определение спроса на продукцию;
- в) выбор метода ценообразования и расчет исходной цены товара;
- г) постановка целей ценообразования;
- д) установление окончательной цены;
- е) анализ цен и качества товаров конкурентов.

2. Скидки в ценообразовании используются:

- 1) как средство формирования устойчивой клиентской базы;
- 2) как вынужденная мера под воздействием государства;
- 3) как регулятор эффекта масштаба производства;
- 4) как средство снижения влияния фактора сезонности;
- 5) в целях повышения конкурентоспособности предприятия.

3. Исходя из своей коммерческой природы скидки бывают:

- 1) запланированные;
- 2) вынужденные;
- 3) тактические;
- 4) операционные;
- 5) фиксированные;
- 6) плановые.

4. Скидки, которые формируются за счет общей суммы накладных расходов, называются:

- 1) запланированными;
- 2) тактическими;
- 3) операционными;
- 4) плановыми.

5. Скидки, которые предоставляются за счет прибыли компании-производителя, называются:

- 1) вынужденными;
- 2) тактическими;
- 3) плановыми;
- 4) структурными.

6. При формировании экспортной цены экспортер должен учитывать следующие затраты:

- 1) импортные таможенные расходы в стране покупателя;
- 2) транспортные издержки;
- 3) затраты на финансирование;
- 4) расходы по страхованию товара;
- 5) расходы по упаковке;
- 6) резервы, необходимые для покрытия непредвиденных рисков;
- 7) расходы по составлению контракта, оформлению сертификатов и прочих бумаг.

7. К основным налогам, включаемым в цену товара, относятся:

- 1) налог на добавленную стоимость (НДС);
- 2) налог на прибыль;
- 3) налог с продаж;
- 4) акциз;
- 5) налог на транспортные средства.

#### **Задание для интеллектуалов (эссе):**

1. Возможные пути снижения себестоимости отечественной продукции.

2. Производственные и непроизводственные затраты организации и их воздействие на себестоимость продукции и прибыль организации.

1. Формирование себестоимости продукции и возможности манипулирования ею. (рассмотреть возможности сокрытия доходов через структуру себестоимости).

3. Классификация затрат и возможности их снижения и завышения.

4. Производственные и непроизводственные затраты организации и их воздействие на себестоимость продукции и прибыль организации.

5. Косвенные налоги как элементы цены.

#### **Практическое занятие 5. Особенности ценообразования в различных рыночных условиях**

- 1) Особенности ценообразование в различных рыночных условиях.
- 2) Ценообразование с учетом жизненного цикла товара.
- 3) Пакетное ценообразование.



- 4) Ценообразование в рамках товарной линии.
- 5) Трансфертные (внутрифирменные) цены.
- 6) Конкуренция и ценовые войны.
- 7) Ценообразование в системе государственных контрактов (ФЗ-44 и ФЗ-223).
- 8) Цены мирового рынка и внешнеторговые цены.
- 9) Цели, задачи, формы, методы и последствия государственного регулирования цен.
- 10) Правовые вопросы государственного регулирования цен.
- 11) Система ценовой информации. Статистика цен.
- 12) Аналоговая и цифровая экспертиза ценообразования.

**Задания для подготовки:**

- ✓ Подготовить схему контрактных цен.
- ✓ Показать схематически систему государственных контрактных цен (ФЗ-44).
- ✓ Показать схематически систему государственных договорных цен (ФЗ-223).
- ✓ Охарактеризовать способы фиксации цены в контракте.
- ✓ Суть цели государственного регулирования цен.
- ✓ Технология организации сбора и анализа ценовой информации.
- ✓ Охарактеризовать достоинства и недостатки аналогового и цифрового анализа ценообразования.

**Вопросы для дополнительного анализа, обсуждения и подготовки докладов-презентаций:**

1. Ценовая дискриминация.
2. Правовое регулирование контроля за соблюдением государственной дисциплины цен.
3. Административные правонарушения и ответственность за нарушения порядка формирования цен.
4. Состав потенциальных пользователей и задачи, решаемые системой ценовой информации.
5. Принципы формирования системы ценовой информации и структура баз данных.
6. Ценообразование на экспортную продукцию.
7. Ценообразование на импортную продукцию.
8. Таможенно-тарифное регулирование.
9. Взаимодействие цен с финансово - кредитной системой.
10. Таможенные сборы и их влияние на внутренние цены и конкурентоспособность продукции.
11. Динамика предельных уровней цен на продукцию естественных монополий.

## 12. Экспертиза ценовых правонарушений с применением технико-криминалистических средств

### Тесты:

1. На стадии внедрения товара на рынок (стадия жизненного цикла товара) могут использоваться ценовые стратегии:

- 1) стратегия низких цен (глубокого проникновения на рынок);
- 2) стратегия конкурентных цен;
- 3) стратегия высоких цен “снятия сливок”;
- 4) стратегия дифференцированных цен;
- 5) стратегия средних цен.

2. Факт наличия у компании доминирующего положения законодательством:

- 1) не рассматривается в мировой практике как противоправное действие;
- 2) считается негативным явлением;
- 3) преследуется антимонопольным законодательством.

3. Основные формы пакетного ценообразования:

- 1) чистое пакетное ценообразование;
- 2) смешанное пакетное ценообразование;
- 3) расширенное пакетное ценообразование;
- 4) специальное пакетное ценообразование;
- 5) принудительная продажа.

4. Верхняя граница цены определяется:

- 1) затратами и максимальной прибылью;
- 2) спросом;
- 3) суммой внешних и внутренних затрат;
- 4) суммой постоянных и переменных затрат.

5. Антимонопольное законодательство нацелено на мониторинг:

- 1) средств устранения конкурентов, какими фирмы добиваются лидерства на рынках;
- 2) поведения доминирующего субъекта;
- 3) способов контроля фирм над структурой рынка.

6. Виды цен в зависимости от территории действия:

- 1) гибкие;
- 2) единые;
- 3) зональные;
- 4) контрактные;

- 5) местные;
- 6) рыночные;
- 7) справочные.

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

- 1) распределительной;
- 2) регулирующей;
- 3) стимулирующей;
- 4) учетно-измерительной.

8. Государство устанавливает нижний лимит цен для ...

- 1) обеспечения необходимой прибыли организациям;
- 2) решения социальных вопросов;
- 3) стимулирования инновационной деятельности;
- 4) фискальных целей.

9. При установлении цены необходимо учитывать интересы:

- 1) посредника;
- 2) государства;
- 3) покупателя;
- 4) кредитной организации;
- 5) производителя (продавца).

10. Специфические ценообразующие факторы – это:

- 1) Сезонность;
- 2) Комплектность;
- 3) природно-климатические условия;
- 4) уровень и качество жизни населения;
- 5) эксплуатационные расходы;
- 6) гарантии и условия сервиса;
- 7) экологическая обстановка.

11. Создание зонтика цен — это:

1) расширение ценового ряда за счет предложения на рынок более дорогой и более совершенной или оснащенной множеством дополнительных устройств модели;

2) создание товара, продаваемого фирмой с минимальной прибылью или даже без нее ради привлечения покупателей к покупке других товаров фирмы;

3) формирование лидирующими фирмами в определенном сегменте рынка цены с повышенной рентабельностью.

12. Политика фиксированных цен — это:

1) система стандартных правил определения цен для типовых сделок продажи товаров фирмы;

2) продажа товаров в соответствии с утвержденным руководством фирмы прејскурантом;

3) формирование лидирующими фирмами в определенном сегменте рынка цен с повышенной рентабельностью.

13. Закупочные цены используются для:

1) реализации промышленной продукции организациям;

2) реализации сельхозпродукции населению;

3) реализации сельхозпроизводителями своей продукции государству и организациям в больших объёмах;

4) скупки сырья и материалов у организаций.

14. Если для усиления власти и создания барьеров входа доминирующая компания назначает цену ниже уровня средних и даже средних переменных издержек фирм-конкурентов, то данный вид злоупотребления относится к:

1) ценовой дискриминации;

2) завышенному ценообразованию;

3) грабительскому «хищническому» ценообразованию.

15. Если доминирующая компания ограничивает доступ к существующей инфраструктуре в силу отсутствия технических возможностей, то:

1) данное ограничение является дискриминационным условием доступа;

2) не является злоупотреблением доминирующего положения;

3) является отказом в поставке товара.

16. К основным целям государственного регулирования цен относятся:

1) осуществление определенной конъюнктурной и структурной политики;

2) усиление влияния на мировом рынке;

3) создание благоприятных условий для импортеров;

4) усиление конкурентоспособности на мировом рынке;

5) создание барьеров для импорта продукции;

6) препятствование резкому повышению цен на экспортируемые топливо и сырье;

7) препятствование монополизму товаропроизводителя;

8) сдерживание инфляции.

17. Государственное управление ценообразованием предполагает реализацию таких управленческих функций, как:

1) планирование;

2) регулирование;

- 3) фискальная;
- 4) контролирующая;
- 5) социальная;
- 6) оценивающая;
- 7) организационная.

18. Антимонопольным законодательством запрещены следующие действия хозяйствующих субъектов:

- 1) создание или поддержание дефицита на рынке;
- 2) установление монопольно высоких (низких) цен;
- 3) использование системы скидок;
- 4) создание препятствий доступу на рынок (выходу с рынка) другим хозяйствующим субъектам;
- 5) резкое снижение себестоимости продукции;
- 6) включение в договор дискриминирующих условий;
- 7) нарушение установленного порядка ценообразования.

19. Какое определение даёт представление об экономических правонарушениях?

- 1) «неурегулированные разногласия между субъектами экономической системы в экономических отношениях по поводу их прав и обязанностей в сфере этих отношений»;
- 2) «виновные противоправные деяния субъекта экономических отношений, выразившиеся в неисполнении или ненадлежащем исполнении законодательных актов, регулирующих экономическую деятельность»;
- 3) «общественно опасные и противоправные деяния, причиняющие ущерб экономическим и хозяйственным интересам государства, предприятий и граждан»;
- 4) «осознанные действия или осознанные бездействия субъекта экономических отношений, приведшие к нарушению прав или выразившиеся в невыполнении обязанностей субъектов экономических отношений, в сфере этих отношений»

20. О чём даёт представление следующее определение «общественно опасные и противоправные деяния, причиняющие ущерб экономическим и хозяйственным интересам государства, предприятий и граждан»?

- 1) об экономических правонарушениях;
- 2) об экономических преступлениях;
- 3) об экономических спорах;
- 4) об экономических деяниях.

**Задание для интеллектуалов (эссе):**

1. Изменение логики анализа финансовой отчетности для нужд ценообразования.

2. Определение относительного выигрыша/проигрыша в результате управления ценами.

### **Практическое занятие 6. Стратегия и тактика ценообразования предприятия и оценка риска принимаемых ценовых решений**

1. Сущность и взаимосвязь ценовой политики и ценовой стратегии и тактики предприятия.

2. Основные цели, задачи и направления ценовой политики предприятия.

3. Стратегия и тактика ценовой политики предприятия и их взаимосвязь.

4. Модели ценообразования на предприятии.

5. Роль и значение больших данных в формировании цены.

6. Денежное обращение, инфляция и изменение цен.

7. Возможность использования больших данных (скрытых знаний, закономерностей) в формировании системы цен предприятия.

8. Возможность использования ценовых алгоритмов для формирования картельного сговора и реакция антимонопольной службы.

9. Оценка риска принимаемых решений по ценам.

10. Возможности использования статистики цен для повышения эффективности ценовой политики предприятия.

11. Пути повышения эффективности ценообразования на предприятии.

12. Методы ценовой политики государства и предприятия.

#### **Задания для подготовки:**

✓ основные этапы разработки стратегии ценообразования предприятия;

✓ сформулировать базовые цели ценовой политики организации;

✓ тактика ценообразования как часть стратегии ценообразования;

✓ информация о ценах как важная часть формирования цены на продукцию компании;

✓ возможность обмена информацией между ценовыми алгоритмами;

✓ возможности установления картельного сговора;

✓ риски ценовых решений и возможности снизить потери от неверных ценовых решений.

#### **Вопросы для дополнительного анализа, обсуждения и подготовки докладов-презентаций:**

1. Цели предприятия и их отражение в политике ценообразования.

2. Экономические основы эффективного управления ценообразованием предприятия.

3. Основные подходы к управлению ценообразованием на предприятии.

4. Экономическая логика и модели затратного ценообразования.
5. Расчет цен на основе нормативов рентабельности.
6. Расчет цен на основе наценок.
7. Ценообразование исходя из целевой рентабельности инвестиций.
8. Расчет цен на основе торговых скидок и надбавок.
9. Ценовые скидки как способ увеличения объема продаж и проблема прибыли.
10. Ценовые факторы выбора конкурентной стратегии предприятия.
11. Стратегия премиального ценообразования.
12. Стратегия ценового прорыва.
13. Информационное обеспечение процесса ценообразования.
14. Особенности ценовой стратегии предприятия.
15. Виды ценовых стратегий.
16. Выбор ценовой стратегии на разных этапах жизненного цикла товара.

### Тесты:

1. К принципам ценообразования предприятия относятся:
  - 1) научная обоснованность цен;
  - 2) целевая направленность цен;
  - 3) максимизация объемов реализации продукции;
  - 4) непрерывность процесса ценообразования;
  - 5) максимизация прибыли предприятия;
  - 6) создание условий выживаемости предприятия на рынке;
  - 7) единство процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен.
2. К целям ценообразования предприятия относятся:
  - 1) обеспечение выживаемости предприятия;
  - 2) завоевание лидерства по показателю “доля рынка”;
  - 3) обеспечение условий для расширенного воспроизводства;
  - 4) стимулирование с помощью цен эффективного использования ресурсов;
  - 5) завоевание лидерства по показателю “качество продукции”;
  - 6) проведение политики “снятия сливок”, или “сбора урожая”;
  - 7) краткосрочное увеличение объемов сбыта продукции;
  - 8) максимизация текущей прибыли.
3. Основные направления сбора информации при формировании ценовой стратегии предприятия:
  - 1) о товаре;
  - 2) о возможностях производственного подразделения;
  - 3) об издержках производства;
  - 4) о ценах на товар;

- 5) о рынке в целом;
- 6) о стратегии развития предприятия;
- 7) о конкуренции и конкурентах;
- 8) о методах ценообразования на данный товар у конкурентов;
- 9) о государственной политике в области формирования цен на данный товар;
- 10) о производстве и реализации товара.

4. Основными проблемами при принятии и реализации ценовой стратегии предприятия являются:

- 1) разработка и обоснование перспективной ценовой стратегии;
- 2) отсутствие достоверной информации о рынке и конкурентах;
- 3) подбор достаточно квалифицированных кадров, способных реализовать выбранную стратегию;
- 4) сложности правильной реализации выбранной стратегии и осуществлении контроля за ее реализацией.

5. При разработке ценовой стратегии предприятие выполняет следующие действия:

- 1) сбор исходной информации и определение закономерностей;
- 2) контроль за реакцией конкурентов на ценовую стратегию предприятия;
- 3) стратегический анализ полученной информации;
- 4) формирование стратегии ценообразования;
- 5) подготовка персонала.

6. К основным принципам классификации ценовых стратегий относят:

- 1) в зависимости от уровня цен, устанавливаемых предприятием при реализации продукции;
- 2) в зависимости от разных рынков, их сегментов и покупателей;
- 3) в зависимости от уровня затрат на реализацию продукции;
- 4) в зависимости от степени гибкости цен;
- 5) в зависимости от назначения продукции предприятия;
- 6) стратегии ценообразования, ориентированные на конкретную ситуацию на рынке.

7. В зависимости от уровня цен стратегии ценообразования предприятия подразделяются на:

- 1) стратегия суперцен;
- 2) стратегия низких цен;
- 3) стратегия конкурентных цен;
- 4) стратегия высоких цен;
- 5) стратегия дифференцированных цен;
- 6) стратегия льготных цен;



- 7) стратегия престижных цен;
- 8) стратегия средних цен;
- 9) стратегия дискриминационных цен.

8. В зависимости от видов рынка, сегментов рынка и покупателей стратегии ценообразования подразделяются на:

- 1) стратегия суперцен;
- 2) стратегия конкурентных цен;
- 3) стратегия высоких цен;
- 4) стратегия дифференцированных цен;
- 5) стратегия льготных цен;
- 6) стратегия престижных цен;
- 7) стратегия средних цен;
- 8) стратегия дискриминационных цен.

9. Предприятие использует стратегию высоких цен при условиях:

- 1) существует высокий уровень текущего спроса со стороны большого числа потребителей;
- 2) потребители нечувствительны к цене;
- 3) существует необходимость в кратчайшие сроки прорваться на рынок и занять там определенную нишу или сегмент;
- 4) нет конкурентов, способных предложить аналогичный товар по такой же высокой цене;
- 5) товар выпускается большими партиями;
- 6) высокая цена товара ассоциируется у потребителя с его высоким качеством;
- 7) невысокий уровень издержек производства приносит дополнительные выгоды от применения высоких цен;
- 8) данная стратегия обеспечивает снижение себестоимости и сбытовых издержек;
- 9) существует угроза банкротства для предприятия.

10. Предприятие использует стратегию низких цен при условиях, если:

- 1) существует высокий уровень текущего спроса со стороны большого числа потребителей;
- 2) существует необходимость в кратчайшие сроки прорваться на рынок и занять там определенную нишу или сегмент;
- 3) товар выпускается большими партиями;
- 4) высокая цена товара ассоциируется у потребителя с его высоким качеством;
- 5) данная стратегия обеспечивает снижение себестоимости и сбытовых издержек;
- 6) существует угроза банкротства для предприятия.

11. Предприятие использует стратегию дифференцированных цен, когда:

- 1) существует высокий уровень текущего спроса со стороны большого числа потребителей;
- 2) возможно возмещение издержек проведения данной стратегии за счет дополнительных поступлений в результате ее проведения;
- 3) высокая цена товара ассоциируется у потребителя с его высоким качеством;
- 4) невысокий уровень издержек производства приносит дополнительные выгоды от применения высоких цен;
- 5) рынок легко поддается сегментации.

12. В зависимости от конкретной ситуации на рынке предприятие применяет ценовые стратегии:

- 1) стратегию низких цен;
- 2) стратегию конкурентных цен;
- 3) стратегию ценового лидерства;
- 4) стратегию инициативного изменения цен;
- 5) стратегию высоких цен;
- 6) стратегию массовых закупок;
- 7) стратегию дифференцированных цен;
- 8) стратегию льготных цен;
- 9) стратегию стабильных цен;
- 10) стратегию престижных цен;
- 11) стратегию средних цен;
- 12) стратегию психологических цен;
- 13) стратегию дискриминационных цен.

#### **Задание для интеллектуалов (эссе):**

1. Обеспечение эффективности применения ценового алгоритма в ценовой стратегии предприятия.
2. Антимонопольное законодательство и система ценовых алгоритмов предприятия.
3. Законодательство и ценовая политика предприятия.

### **2.4.Самостоятельная работа**

Самостоятельная работа студента включает: 1) подготовку к очередной лекции – проработка соответствующего материала учебника и дополнительного материала; 2) проработка материала лекции и учебника к практическому занятию; 3) подготовка доклада-презентации к практическому занятию по рекомендации преподавателя и/или на основании самостоятельного выбора из тем, предложенных в разделе «Вопросы для дополнительного анализа, обсуждения и подготовки докладов-презентаций»; 4) написание эссе на основании самостоятельного выбора и/или по согласованию с преподавателем из

тем, предложенных в разделе «Задание для интеллектуалов (эссе)»; 5) проведение анализа практического ценообразования организации, продуктовой линейки по рекомендации преподавателя и/или самостоятельного выбора.

**Тема 1. Экономическая сущность цены.**

#### **2.4.1 Вопросы для письменного тестирования**

**1. Ценовая политика, стимулирующая продажу в комплексе, называется:**

- 1) политика преодоления конкуренции;
- 2) политика удовлетворительного возмещения затрат;
- 3) политика «убыточного лидера»;
- 4) политика дифференцированных цен.

**2. В случае выхода на новый рынок (сегмент) фирма предлагает старый товар:**

- 5) по относительно низким ценам;
- 6) по монопольно высоким ценам;
- 7) по ценам, равным ценам конкурентов;
- 8) цены дифференцированы.

**3. Лидерство в ценах и ценовое соглашение характерны для:**

- 1) рынка совершенной конкуренции;
- 2) чистой монополии;
- 3) рынка монополистической конкуренции;
- 4) олигополии.

**4. Рыночные цены, уровень которых сознательно занижен одним или несколькими субъектами ценообразования называются...**

- 1) монопольные цены;
- 2) демпинговые цены;
- 3) свободные цены;
- 4) регулируемые.

#### **2.4.2. Вопросы для быстрого письменного или устного опроса**

1. Элементы цены и их влияние на уровень цены.
2. Основные функции цены и их взаимосвязь (экономическая, учетная, распределительная, стимулирующая).
3. Цена как индикатор, мотиватор, стимулятор собственника/продавца и покупателя/потребителя, как показатель эффективной деятельности организации/предприятия.
4. Цена как фактор дифференциации населения на социальные группы
5. Цена и интересы собственника/продавца и покупателя/потребителя.
6. Цена как инструмент управления поведением и настроением масс (населения).
7. Сделать схему взаимосвязи функций ценообразования.

### **2.4.3. Темы эссе (рефератов, докладов)**

3. Дать характеристику инструментов ЧПР, применяемых в ценообразовании.
4. Цифровая монополия, ее отличие от классической и влияние на цену.
5. Цифровая платформа, маркетплейс и формирование цены.
6. Глобальная цепочка (добавленной) стоимости.
7. Характеристика ценового алгоритма.

### **2.4.4. Вопросы для обсуждения на круглом столе (дискуссия, полемика, диспут, дебаты)**

1. Ценовой алгоритм и ценообразование.
2. Особенности ценообразования на цифровой платформе.
3. Роль торговых посредников в процессе установления цены на аналоговом рынке и цифровой платформе.
4. Аналоговый и цифровой анализ ценообразования.
5. Ценообразование в системе государственных контрактов (ФЗ-44 и ФЗ-223).
6. Сравнительная характеристика аналоговой и цифровой экспертизы ценообразования.

### **2.4.5. Вопросы для зачета**

1. Внутренние и внешние ценообразующие факторы.
2. Элементы цены и их влияние на уровень цены.
3. Причины колебания цены
4. Источники информации о цене.
5. Цена и полезность товара.

**Тема 2.** Система цен, их классификация и характеристика.

### **2.4.1. Вопросы для письменного тестирования**

**1. Последовательность этапов при установлении цены с учетом спроса...**

- 1) прогнозируется зависимость величины текущих производственных издержек от объема производства;
- 2) определяется окончательный уровень цены;
- 3) прогнозируется кривая спроса;
- 4) определяется зависимость величины чистой прибыли от уровня цены.

**2. Специфические ценообразующие факторы – это:**

- 1) сезонность;
- 2) Комплектность;

- 3) природно-климатические условия;
- 4) уровень и качество жизни населения;
- 5) эксплуатационные расходы;
- 6) гарантии и условия сервиса;
- 7) экологическая обстановка.

### **3. Виды себестоимости:**

- 1) полная;
- 2) производственная;
- 3) производственная;
- 4) реализационная;
- 5) рыночная;
- 6) среднеотраслевая;
- 7) цеховая.

### **4. Верхняя граница цены определяется ...**

- 1) затратами и максимальной прибылью;
- 2) спросом;
- 3) суммой внешних и внутренних затрат;
- 4) суммой постоянных и переменных затрат.

### **5. Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами функции:**

- 1) распределительной;
- 2) регулирующей;
- 3) стимулирующей;
- 4) учетно-измерительной.

#### **2.4.2. Вопросы для быстрого письменного или устного опроса**

1. Виды цен и их классификация.
2. Критерии классификации цен
3. Цена (стоимость) и полезность (ценность) товара.
4. Ценность товара: что это такое и от чего она зависит.
5. Характеристика и виды цен в зависимости от степени и способа регулирования со стороны государства.
6. Система цен как совокупность взаимосвязанных и дополняющих друг друга цен. Блоки цен, входящие в ценовую систему и взаимосвязь между ними.
7. Понятие, состав и классификация затрат, их отражение в цене.

#### **2.4.3. Темы эссе (рефератов, докладов)**

1. Бери или плати, Плати или бери (Take-or-Pay; ToP).
2. Терминал Ворота Арктики и цена на энергоресурсы.
3. Система цен на цифровой платформе и маркетплейсах.

4. Ценовой алгоритм.
5. Применяемая система цен на цифровой платформе Wildberries и ее маркетплейсах.

#### **2.4.4. Вопросы для обсуждения на круглом столе (дискуссия, полемика, диспут, дебаты)**

7. Стратегии дифференцированного ценообразования.
8. Разработка ценовой политики предприятия в соответствии с выработанной стратегией ценообразования.
9. Внутрифирменные цены (трансфертные цены).
10. Виды цен в зависимости от степени новизны товара.
11. Виды цен в зависимости от степени участия государства в их формировании.

#### **2.4.5. Вопросы для зачета**

1. Система цен в современной экономике.
2. Блоки цен, входящие в ценовую систему и взаимосвязь между ними.
3. «Участие производителей и продавцов товаров в формировании цены»;
4. Влияние покупателей и потребителей на установление цен;
5. Роль торговых посредников в процессе установления цены»;

### **Тема 3. Методология и методы ценообразования.**

#### **2.4.1. Вопросы для письменного тестирования**

##### **1. Метод ценообразования, характерный для фирм-монополистов:**

- 1) на основе ощущаемой ценности товара;
- 2) затратный;
- 3) на основе анализа безубыточности и получения целевой прибыли;
- 4) на основе закрытых торгов и аукционов.

##### **2. Затратный подход к ценообразованию учитывает:**

- 1) спрос, его ценовую эластичность;
- 2) расходы только на производство;
- 3) расходы на производство и реализацию;
- 4) расходы переменные и постоянные.

##### **3. Для каких компаний наиболее приемлем метод затратного ценообразования с использованием норматива рентабельности:**

- 1) фирм-производителей товаров;
- 2) организаций оптовой торговли;
- 3) организаций розничной торговли;
- 4) фирм-производителей инновационной продукции.

#### **4. Базисное условие цены FCA предполагает сдачу товара:**

- 4) в порту назначения;
- 5) в порту отправления;
- 6) первому перевозчику в поименованном пункте.

#### **5. Виды цен в зависимости от территории действия:**

- 8) гибкие;
- 9) единые;
- 10) зональные;
- 11) контрактные;
- 12) местные;
- 13) рыночные;
- 14) справочные.

#### **6. Недостатки методов затратного ценообразования:**

- 1) игнорирование информации о поведении конкурентов;
- 2) игнорирование информации о поведении покупателей;
- 3) недостоверность исходных данных;
- 4) сложность сбора информации.

#### **2.4.2. Вопросы для быстрого письменного или устного опроса**

1. Дать характеристику метода полных издержек
2. Дать характеристику метода предельных издержек
3. Дать характеристику метода ценообразования на основе дохода с оборота
4. Дать характеристику метода рентабельности инвестиций (дохода на вложенный капитал)
5. Дать характеристику метода анализа безубыточности и определения целевой прибыли

#### **2.4.3. Темы эссе (рефератов, докладов)**

1. Описать действие ценового алгоритма и его влияние на всю систему ценообразования.
2. Какую систему ценообразования применять на цифровой платформе.
3. Система ценообразования на маркетплейсе.
4. Применение Больших данных для определения наиболее эффективной модели ценообразования.
5. Возможные пути снижения себестоимости отечественной продукции.

#### **2.4.4. Вопросы для обсуждения на круглом столе (дискуссия, полемика, диспут, дебаты)**

12. Параметрические методы ценообразования.

13. Рыночные методы ценообразования.
14. Система ценообразования на продукцию государственных закупок.
15. Формирование цен на товарных биржах.
16. Цены на продукцию сельского хозяйства и продовольствия.

#### **2.4.5. Вопросы для зачета**

1. Рыночные методики ценообразования.
2. Основные правила формирования цен.
3. Сущность и составные элементы методологии ценообразования.
4. Затратные и рыночные методики ценообразования.
5. Задачи, формы и методы государственного регулирования цен.

**Тема 4.** Элементы (структура) цены и их влияние на уровень цены.  
Взаимосвязь внутренних и внешних цен.

#### **2.4.1. Вопросы для письменного тестирования**

##### **1. Какие затраты относятся к переменным:**

- 1) стоимость сырья и материалов;
- 2) цеховые расходы;
- 3) амортизация оборудования;
- 4) коммерческие расходы;
- 5) заработная плата производственных рабочих.

**2. Какие издержки учитываются при затратном методе ценообразования:**

- 1) прямые;
- 2) по полной номенклатуре;
- 3) косвенные;
- 4) по сокращенной номенклатуре;
- 5) только постоянные;
- 6) переменные.

**3. Укажите правильные варианты: в полную себестоимость включены:**

- 1) стоимость сырья и материалов;
- 2) цеховая себестоимость;
- 3) заработная плата производственных рабочих;
- 4) коммерческие расходы;
- 5) транспортные расходы;
- 6) общехозяйственные расходы.

##### **4. Условия «франко» зависят от ...**

- 5) государственной политики;
- 6) особенностей его транспортировки;



- 7) рыночной стратегии продавца;
- 8) типа товара.

### **5. Недостатки методов затратного ценообразования:**

- 1) игнорирование информации о поведении конкурентов;
- 2) игнорирование информации о поведении покупателей;
- 3) недостоверность исходных данных;
- 4) сложность сбора информации.

### **2.4.2. Вопросы для быстрого письменного или устного опроса**

1. Объяснить общее и отличия между категориями: затраты, расходы и издержки и их влияние на себестоимость, цену и прибыль.
2. Влияние надбавок и наценок на цену.
3. Учет таможенных сборов в цене.
4. Структура цены на импортную продукцию: промышленное оборудование, потребительские товары.
5. Сущность, значение и виды себестоимости продукции.
6. Калькулирование себестоимости продукции.
7. Стратегия и тактика ценовой политики предприятия.

### **2.4.3. Темы эссе (рефератов, докладов)**

1. Производственные и непроизводственные затраты организации и их воздействие на себестоимость продукции и прибыль организации.
2. Формирование себестоимости продукции и возможности манипулирования ею. (рассмотреть возможности сокрытия доходов через структуру себестоимости).
3. Классификация затрат и возможности их снижения и завышения.
4. Производственные и непроизводственные затраты организации и их воздействие на себестоимость продукции и прибыль организации.
5. Косвенные налоги как элементы цены.

### **2.4.4. Вопросы для обсуждения на круглом столе (дискуссия, полемика, диспут, дебаты)**

17. Регулируемые и фиксированные цены, сферы их применения.
18. Методология ценообразования.
19. Сущность паритета цен.
20. Затратные методы ценообразования.
21. Параметрические методы ценообразования.

### **2.4.5. Вопросы для зачета**

1. Структура цены.
2. Калькулирование себестоимости продукции.
3. Себестоимость продукции и её место в структуре цены.

4. Прибыль в составе цены.
5. Косвенные налоги и посреднические надбавки как элементы цены.

**Тема 5.** Особенности ценообразования в различных рыночных условиях.

#### **2.4.1. Вопросы для письменного тестирования**

##### **1. Плановые скидки – это:**

- 1) организация рекламы продукции с указанием списка фирм, торгующих этой продукцией
- 2) скидки за внесезонную покупку;
- 3) скидки за ускорение оплаты;
- 4) предоставление продавцу торгового оборудования
- 5) скидки для поощрения продаж нового товара;
- 6) скидки при комплексной закупке товаров.

**2. Возможный объем продаж при данном уровне цен и в данном временном интервале – это показатель...**

- 1) насыщенности рынка;
- 2) доли рынка;
- 3) уровня платежеспособного спроса;
- 4) емкости рынка.

##### **3. Переменные затраты на единицу продукции ...**

- 1) зависят от постоянных затрат;
- 2) остаются неизменными;
- 3) снижаются в зависимости от объёма производства;
- 4) увеличиваются, если объём производства растёт.

##### **4. Зависимость свободной розничной цены от косвенных налогов:**

- 1) зависимость равна 1;
- 2) обратно пропорциональная;
- 3) прямо пропорциональная;
- 4) такой зависимости не прослеживается.

##### **5. Закупочные цены используются для ...**

- 1) реализации промышленной продукции организациям;
- 2) реализации сельхозпродукции населению;
- 3) реализации сельхозпроизводителями своей продукции государству и организациям в больших объёмах;
- 4) скупки сырья и материалов у организаций.

#### **2.4.2. Вопросы для быстрого письменного или устного опроса**

1. Ценовая дискриминация.

2. Правовое регулирование контроля за соблюдением государственной дисциплины цен.

3. Административные правонарушения и ответственность за нарушения порядка формирования цен.

4. Состав потенциальных пользователей и задачи, решаемые системой ценовой информации.

5. Принципы формирования системы ценовой информации и структура баз данных.

6. Ценообразование на экспортную продукцию.

7. Ценообразование на импортную продукцию.

#### **2.4.3. Темы эссе (рефератов, докладов)**

1. Правовые вопросы государственного регулирования цен.

2. Цена как фактор дифференциации населения на социальные группы.

3. Изменение логики анализа финансовой отчетности для нужд ценообразования.

4. Определение относительного выигрыша/проигрыша в результате управления ценами.

5. Риски ценовых решений и возможности снизить потери от неверных ценовых решений.

#### **2.4.4. Вопросы для обсуждения на круглом столе (дискуссия, полемика, диспут, дебаты)**

22. Стратегии дифференцированного ценообразования.

23. Разработка ценовой политики предприятия в соответствии с выработанной стратегией ценообразования.

24. Внутрифирменные цены (трансфертные цены).

25. Виды цен в зависимости от степени новизны товара.

26. Виды цен в зависимости от степени участия государства в их формировании.

#### **2.4.5. Вопросы для зачета**

1. Факторы, определяющие выбор методов определения цены;

2. Правовые вопросы государственного регулирования цен.

3. Аналоговый и цифровой анализ ценообразования.

4. Ценообразование в системе государственных контрактов (ФЗ-44 и ФЗ-223).

5. Сравнительная характеристика аналоговой и цифровой экспертизы ценообразования.

**Тема 6.** Стратегия и тактика ценообразования предприятия и оценка риска принимаемых ценовых решений.

#### **2.4.2 Вопросы для письменного тестирования**

**1. Укажите соответствие видов ценовой политики фирмы этапам ЖЦТ:**

<b>Этапы ЖЦТ</b>	<b>Виды ценовой политики</b>
1. 1. Внедрение	а) политика дифференцированных цен
2. 2. Рост	б) политика снятия сливок
3. 3. Зрелость	в) лидерство в ценах
4. 4. Насыщение	г) политика убыточного лидера
5. 5. Спад	д) политика низких цен е) политика льготных цен

**2. Государство устанавливает нижний лимит цен для ...**

- 5) обеспечения необходимой прибыли организациям;
- 6) решения социальных вопросов;
- 7) стимулирования инновационной деятельности;
- 8) фискальных целей.

**3. Если доминирующая компания ограничивает доступ к существующей инфраструктуре в силу отсутствия технических возможностей, то:**

- 1) данное ограничение является дискриминационным условием доступа;
- 2) не является злоупотреблением доминирующего положения;
- 3) является отказом в поставке товара.

**4. Факт наличия у компании доминирующего положения законодательством:**

- 1) не рассматривается в мировой практике как противоправное действие;
- 2) считается негативным явлением;
- 3) преследуется антимонопольным законодательством.

**5. Антимонопольное законодательство нацелено на мониторинг:**

- 1) средств устранения конкурентов, какими фирмы добиваются лидерства на рынках;
- 2) поведения доминирующего субъекта;
- 3) способов контроля фирм над структурой рынка.

**6. При разработке ценовой стратегии предприятие выполняет следующие действия:**

- 6) сбор исходной информации и определение закономерностей;
- 7) контроль за реакцией конкурентов на ценовую стратегию предприятия;
- 8) стратегический анализ полученной информации;
- 9) формирование стратегии ценообразования;

10) подготовка персонала.

#### **2.4.2 Вопросы для быстрого письменного или устного опроса**

1. Цели предприятия и их отражение в политике ценообразования.
2. Экономические основы эффективного управления ценообразованием предприятия.
3. Основные подходы к управлению ценообразованием на предприятии.
4. Экономическая логика и модели затратного ценообразования.
5. Расчет цен на основе нормативов рентабельности.
6. Расчет цен на основе наценок.
7. Ценообразование исходя из целевой рентабельности инвестиций.

#### **2.4.3. Темы эссе (рефератов, докладов)**

1. Ценовые скидки как способ увеличения объема продаж и проблема прибыли.
2. Обеспечение эффективности применения ценового алгоритма в ценовой стратегии предприятия.
3. Антимонопольное законодательство и система ценовых алгоритмов предприятия.
4. Законодательство и ценовая политика предприятия.
5. Пакетное ценообразование.

#### **2.4.4. Вопросы для обсуждения на круглом столе (дискуссия, полемика, диспут, дебаты)**

27. Мировой рынок. Виды мировых цен и их характеристики.
28. Государственное регулирование цен.
29. Основные задачи, функции, права государственного контроля и регулирования цен.
30. Задачи и функции государственных служб по управлению ценами.
31. Дать экспертно-правовую оценку системе Incoterms – 2020.

#### **2.4.5. Вопросы для зачета**

1. Базовая характеристика ценовой стратегии и тактики предприятия.
2. Основные черты ценовой политики предприятия.
3. Возможности организации использовать большие данные в формировании цены.
4. Пути повышения эффективности ценовой политики предприятия.
5. Оценка рисков принимаемых ценовых решений.

### **III. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

При реализации различных видов учебной работы используются следующие образовательные технологии:

- при проведении занятий лекционного типа используются активные методы обучения в форме лекция-презентация.

- при проведении занятий семинарского типа могут быть применены следующие активные методы обучения:

- проблемное практическое занятие;
- доклады и презентации;
- дискуссии по проблемам практического занятия;
- кейс-стади;
- моделирование учебных проектов;
- подготовка эссе, аналитических записок и их обсуждение на учебном занятии.

### **3.1. Вопросы для письменного или компьютерного тестирования**

**Тема 1. Экономическая сущность цены.**

**1. Лидерство в ценах и ценовое соглашение характерны для:**

1. рынка совершенной конкуренции;
2. чистой монополии;
3. рынка монополистической конкуренции;
4. олигополии.

**2. Рыночные цены, уровень которых сознательно занижен одним или несколькими субъектами ценообразования называются...**

1. монопольные цены;
2. демпинговые цены;
3. свободные цены;
4. регулируемые.

**3. Ценовая политика, стимулирующая продажу в комплексе, называется:**

1. политика преодоления конкуренции;
2. политика удовлетворительного возмещения затрат;
3. политика «убыточного лидера»;
4. политика дифференцированных цен.

**4. В случае выхода на новый рынок (сегмент) фирма предлагает старый товар:**

1. по относительно низким ценам;
2. по монопольно высоким ценам;
3. по ценам, равным ценам конкурентов;
4. цены дифференцированы.

## **Тема 2. Система цен, их классификация и характеристика.**

### **1. Виды себестоимости:**

1. полная;
2. производственная;
3. производственная;
4. реализационная;
5. рыночная;
6. среднеотраслевая;
7. цеховая.

### **2. Верхняя граница цены определяется ...**

1. затратами и максимальной прибылью;
2. спросом;
3. суммой внешних и внутренних затрат;
4. суммой постоянных и переменных затрат.

### **3. Последовательность этапов при установлении цены с учетом спроса...**

1. прогнозируется зависимость величины текущих производственных издержек от объема производства;
2. определяется окончательный уровень цены;
3. прогнозируется кривая спроса;
4. определяется зависимость величины чистой прибыли от уровня цены.

### **4. Специфические ценообразующие факторы – это:**

1. сезонность;
2. Комплектность;
3. природно-климатические условия;
4. уровень и качество жизни населения;
5. эксплуатационные расходы;
6. гарантии и условия сервиса;
7. экологическая обстановка.

### **5. Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами функции:**

- 1) распределительной;
- 2) регулирующей;
- 3) стимулирующей;
- 4) учетно-измерительной.

## **Тема 3. Методология и методы ценообразования.**

**1. Для каких компаний наиболее приемлем метод затратного ценообразования с использованием норматива рентабельности:**

1. фирм-производителей товаров;
2. организаций оптовой торговли;
3. организаций розничной торговли;
4. фирм-производителей инновационной продукции.

**2. Базисное условие цены FCA предполагает сдачу товара:**

1. в порту назначения;
2. в порту отправления;
3. первому перевозчику в поименованном пункте.

**3. Метод ценообразования, характерный для фирм-монополистов:**

1. на основе ощущаемой ценности товара;
2. затратный;
3. на основе анализа безубыточности и получения целевой прибыли;
4. на основе закрытых торгов и аукционов.

**4. Затратный подход к ценообразованию учитывает:**

- 1) спрос, его ценовую эластичность;
- 2) расходы только на производство;
- 3) расходы на производство и реализацию;
- 4) расходы переменные и постоянные.

**5. Виды цен в зависимости от территории действия:**

- 1) гибкие;
- 2) единые;
- 3) зональные;
- 4) контрактные;
- 5) местные;
- 6) рыночные;
- 7) справочные.

**6. Недостатки методов затратного ценообразования:**

- 1) игнорирование информации о поведении конкурентов;
- 2) игнорирование информации о поведении покупателей;
- 3) недостоверность исходных данных;
- 4) сложность сбора информации.

**Тема 4. Элементы (структура) цены и их влияние на уровень цены. Взаимосвязь внутренних и внешних цен.**

**1. Какие издержки учитываются при затратном методе ценообразования:**

1. прямые;



2. по полной номенклатуре;
3. косвенные;
4. по сокращенной номенклатуре;
5. только постоянные;
6. переменные.

**2. Укажите правильные варианты: в полную себестоимость включены:**

1. стоимость сырья и материалов;
2. цеховая себестоимость;
3. заработная плата производственных рабочих;
4. коммерческие расходы;
5. транспортные расходы;
6. общехозяйственные расходы.

**3. Условия «франко» зависят от ...**

1. государственной политики;
2. особенностей его транспортировки;
3. рыночной стратегии продавца;
4. типа товара.

**4. Недостатки методов затратного ценообразования:**

1. игнорирование информации о поведении конкурентов;
2. игнорирование информации о поведении покупателей;
3. недостоверность исходных данных;
4. сложность сбора информации.

**5. Какие затраты относятся к переменным:**

- 1) стоимость сырья и материалов;
- 2) цеховые расходы;
- 3) амортизация оборудования;
- 4) коммерческие расходы;
- 5) заработная плата производственных рабочих.

**Тема 5. Особенности ценообразования в различных рыночных условиях.**

**1. Переменные затраты на единицу продукции ...**

1. зависят от постоянных затрат;
2. остаются неизменными;
3. снижаются в зависимости от объёма производства;
4. увеличиваются, если объём производства растёт.

**2. Зависимость свободной розничной цены от косвенных налогов:**

1. зависимость равна 1;
2. обратно пропорциональная;
3. прямо пропорциональная;
4. такой зависимости не прослеживается.

### **3. Закупочные цены используются для ...**

1. реализации промышленной продукции организациям;
2. реализации сельхозпродукции населению;
3. реализации сельхозпроизводителями своей продукции государству и организациям в больших объёмах;
4. скупки сырья и материалов у организаций.

### **4. Плановые скидки – это:**

1. организация рекламы продукции с указанием списка фирм, торгующих этой продукцией
2. скидки за внесезонную покупку;
3. скидки за ускорение оплаты;
4. предоставление продавцу торгового оборудования
5. скидки для поощрения продаж нового товара;
6. скидки при комплексной закупке товаров.

### **5. Возможный объем продаж при данном уровне цен и в данном временном интервале – это показатель...**

1. насыщенности рынка;
2. доли рынка;
3. уровня платежеспособного спроса;
4. емкости рынка.

**Тема 6.** Стратегия и тактика ценообразования предприятия и оценка риска принимаемых ценовых решений.

### **1. Государство устанавливает нижний лимит цен для ...**

- 1) обеспечения необходимой прибыли организациям;
- 2) решения социальных вопросов;
- 3) стимулирования инновационной деятельности;
- 4) фискальных целей.

### **2. Если доминирующая компания ограничивает доступ к существующей инфраструктуре в силу отсутствия технических возможностей, то:**

1. данное ограничение является дискриминационным условием доступа;
2. не является злоупотреблением доминирующего положения;
3. является отказом в поставке товара.

**3. Факт наличия у компании доминирующего положения законодательством:**

- 1) не рассматривается в мировой практике как противоправное действие;
- 2) считается негативным явлением;
- 3) преследуется антимонопольным законодательством.

**4. Антимонопольное законодательство нацелено на мониторинг:**

1. средств устранения конкурентов, какими фирмы добиваются лидерства на рынках;
2. поведения доминирующего субъекта;
3. способов контроля фирм над структурой рынка.

**5. При разработке ценовой стратегии предприятие выполняет следующие действия:**

1. сбор исходной информации и определение закономерностей;
2. контроль за реакцией конкурентов на ценовую стратегию предприятия;
3. стратегический анализ полученной информации;
4. формирование стратегии ценообразования;

**3.2. Вопросы для быстрого письменного или устного опроса**

**Тема 1. Экономическая сущность цены.**

**Вопросы:**

1. Объяснить связь между ценой и налогами. Объяснить ценовую цель. Графически/рисунком показать различие между ценой и ценообразованием.
2. Роль и значение больших данных в формировании цены.
3. Факторы, определяющие важность цены
4. Причины колебания цены
5. Какая связь между внутренними и внешними факторами ценообразования?
6. Какая связь между внутренними и внешними факторами ценообразования?
7. Элементы цены и их влияние на уровень цены.
8. Основные функции цены и их взаимосвязь (экономическая, учетная, распределительная, стимулирующая).
9. Цена как индикатор, мотиватор, стимулятор собственника/продавца и покупателя/потребителя, как показатель эффективной деятельности организации/предприятия.
10. Цена как фактор дифференциации населения на социальные группы
11. Цена и интересы собственника/продавца и покупателя/потребителя.

12. Цена как инструмент управления поведением и настроением масс (населения).

13. Сделать схему взаимосвязи функций ценообразования.

## **Тема 2. Система цен, их классификация и характеристика.**

Вопросы:

1. Что определяет экономическую ценность товара.
2. Объяснить ценовую политику РФ на энергоресурсы (углеводороды), поставляемые в страны ЕС, Белоруссию и Китай.
3. Дать правовую оценку системе Incoterms – 2020.
4. Виды цен в зависимости от характера возмещения транспортных расходов.
5. Мировые цены и цены внешней торговли.
6. Виды цен в зависимости от способа и источника получения информации.
7. Виды цен и их классификация.
8. Критерии классификации цен
9. Цена (стоимость) и полезность (ценность) товара.
10. Ценность товара: что это такое и от чего она зависит.
11. Характеристика и виды цен в зависимости от степени и способа регулирования со стороны государства.
12. Система цен как совокупность взаимосвязанных и дополняющих друг друга цен. Блоки цен, входящие в ценовую систему и взаимосвязь между ними.
13. Понятие, состав и классификация затрат, их отражение в цене.
14. Объяснить расходы переменные и постоянные

## **Тема 3. Методология и методы ценообразования.**

Вопросы:

1. Охарактеризовать методы ценообразования, ориентированные на конкурентное окружение
2. Методология, принципы и методы ценообразования.
3. Внутренние и внешние ценообразующие факторы.
4. Основные группы ценообразующих факторов.
5. Ценовая и неценовая конкуренция.
6. Затратные методики ценообразования: за и против.
7. Рыночные методики ценообразования: плюсы и минусы.
8. Задачи, формы и методы государственного регулирования цен.
9. Дать характеристику метода полных издержек
10. Дать характеристику метода предельных издержек
11. Дать характеристику метода ценообразования на основе дохода с оборота
12. Дать характеристику метода рентабельности инвестиций (дохода на вложенный капитал)

13. Дать характеристику метода анализа безубыточности и определения целевой прибыли

14. Охарактеризовать ценообразование, ориентированное на спрос потребителей

15. Охарактеризовать параметрические методы ценообразования

**Тема 4.** Элементы (структура) цены и их влияние на уровень цены. Взаимосвязь внутренних и внешних цен.

Вопросы:

1. Стратегия и тактика ценовой политики предприятия.
2. Прибыль организации и ее связь с ценой.
3. Косвенные налоги как элементы цены.
4. Жизненный цикл товара и цена
5. Взаимосвязь между системой цен и экономической средой, в которой они действуют.
6. Какова взаимосвязь мировой цены с национальными розничными ценами?
7. Сущность и составные элементы методологии ценообразования/
8. Затратные и рыночные методики ценообразования.
9. Использование больших данных для расчета цены
10. Объяснить общее и отличия между категориями: затраты, расходы и издержки и их влияние на себестоимость, цену и прибыль.
11. Влияние надбавок и наценок на цену.
12. Учет таможенных сборов в цене.
13. Структура цены на импортную продукцию: промышленное оборудование, потребительские товары.
14. Сущность, значение и виды себестоимости продукции.
15. Калькулирование себестоимости продукции.

**Тема 5.** Особенности ценообразования в различных рыночных условиях.

Вопросы:

1. Таможенно-тарифное регулирование.
2. Взаимодействие цен с финансово - кредитной системой.
3. Таможенные сборы и их влияние на внутренние цены и конкурентоспособность продукции.
4. Динамика предельных уровней цен на продукцию естественных монополий.
5. Экспертиза ценовых правонарушений с применением технико-криминалистических средств
6. Объяснить различия между биржевыми ценами, ценами аукциона и ценами торгов (на конкретном примере – любой товар).
7. Возможность использования ценовых алгоритмов для формирования картельного сговора и реакция антимонопольной службы.

8. Влияние НДС на конечные потребительские цены.
9. Ценовая дискриминация.
10. Правовое регулирование контроля за соблюдением государственной дисциплины цен.
11. Административные правонарушения и ответственность за нарушения порядка формирования цен.
12. Состав потенциальных пользователей и задачи, решаемые системой ценовой информации.
13. Принципы формирования системы ценовой информации и структура баз данных.
14. Ценообразование на экспортную продукцию.
15. Ценообразование на импортную продукцию.

**Тема 6.** Стратегия и тактика ценообразования предприятия и оценка риска принимаемых ценовых решений.

Вопросы:

1. Ценовые скидки как способ увеличения объема продаж и проблема прибыли.
2. Ценовые факторы выбора конкурентной стратегии предприятия.
3. Стратегия премиального ценообразования.
4. Стратегия ценового прорыва.
5. Информационное обеспечение процесса ценообразования.
6. Особенности ценовой стратегии предприятия.
7. Виды ценовых стратегий.
8. Выбор ценовой стратегии на разных этапах жизненного цикла товара.
9. Цели предприятия и их отражение в политике ценообразования.
10. Экономические основы эффективного управления ценообразованием предприятия.
11. Основные подходы к управлению ценообразованием на предприятии.
12. Экономическая логика и модели затратного ценообразования.
13. Расчет цен на основе нормативов рентабельности.
14. Расчет цен на основе наценок.
15. Ценообразование исходя из целевой рентабельности инвестиций.
16. Расчет цен на основе торговых скидок и надбавок.

### **3.3. Вопросы для понятийного диктанта**

Форма проведения может быть различной: преподаватель дает термин, обучающиеся записывают его определение, или к данному определению необходимо записать правильный термин.

**ВАРИАНТ 1.**

1. Затратные методы ценообразования – это...

2. Стратегия ценообразования – это...
3. Методология ценообразования – это...
4. Рыночные методы ценообразования – это...
5. Демпинг – это...
6. Переменные расходы – это...
7. Постоянные расходы – это...
8. Издержки производства – это...
9. Цены проникновения – это...
10. Ценовая политика – это...
11. Контрактные цены – это...
12. Себестоимость – это...
13. Цифровая платформа – это ...
14. Конкурсные цены – это...
15. Нижняя граница цены – это ...
16. Структура цены – это ...

#### **ВАРИАНТ 2.**

1. Целевые установки в области ценообразования, формируемые высшим руководством организации...
2. Текущие меры по осуществлению ценовой политики, в частности поддержанию установок стратегического порядка, выполнению договоров, действия по устранению перекосов в ценовой политике, исправлению негативных последствий изменений цен...
3. Система алгоритмизированных взаимовыгодных взаимоотношений значимого количества независимых экономических субъектов, осуществляемых в единой информационной среде - это ...
4. Система стандартных правил определения цен для типовых сделок продажи товаров предприятия...

#### **3.4.«Кейс-стади» (ситуационные задачи)**

Вариант № 1: решить ситуационное задание

1. Общие постоянные издержки равны 100 руб., общие переменные издержки равны 400 руб., выручка компании равна 600 руб. Какое решение примет руководство, ориентируя структуры компании в краткосрочном периоде: 1) на безубыточность, 2) на максимизацию прибыли или 3) на минимизацию убытка?

2. Как изменятся цены на товары, если при этом же объеме производства спрос на товар А увеличится, на товар Б – останется неизменным, а на товар В – упадет? Какое влияние окажет изменение цен на колебания объемов производства?

Вариант № 2: решить ситуационное задание: показать логику развития

1. Вследствие расширения (увеличения) спроса цена товара возрастает на 25 %. Определить, как изменится цена товара, если в стране наблюдается 5%-ная инфляция.

2. Для производства 300 ручек-сувениров организация закупила комплектующих на 1000 рублей с учетом НДС. Издержки производства без НДС помимо затрат на комплектующие – 300 рублей. Прибыль установлена в размере 20% от совокупных издержек. Ставка НДС – 10%. Определить свободную отпускную цену изделия.

2) Выход на рынок фирмы неограничен, а средняя минимальная цена продаж составляет 60 руб. за единицу товара при производстве 20 единиц и 40 руб. за единицу при производстве 40 единиц. При любом объеме для изготовления и поставки на рынок улучшенной модели товара потребуются дополнительные 20 руб. Предположим, что любые постоянные затраты на маркетинг двух товаров вместо одного незначительны. В товаре заинтересованы 40 покупателей. Половина из них чувствительна к уровню цены и желает получить товар лучшего качества, даже по более высокой цене. Другая половина чувствительна к цене и хочет приобрести базовую модель, но не дороже 40 руб. за единицу. Какую ценовую стратегию следует выбрать фирме и какую модель по какой цене продавать?

### **3.5. Темы эссе (рефератов, докладов)**

1. Влияние таможенных пошлин на цену.
2. Цена как фактор дифференциации населения на социальные группы.
3. Экспертиза ценовых правонарушений с применением технико-криминалистических средств
4. Техничко-криминалистическая экспертиза документов в области ценообразования.
5. Дать характеристику инструментов ЧПР, применяемых в ценообразовании.
6. Цифровая монополия, ее отличие от классической и влияние на цену.
7. Цифровая платформа, маркетплейс и формирование цены.
8. Глобальная цепочка (добавленной) стоимости.
9. Характеристика ценового алгоритма.
10. Косвенные налоги как элементы цены.
11. Правовые вопросы государственного регулирования цен.
12. Цена как фактор дифференциации населения на социальные группы.
13. Изменение логики анализа финансовой отчетности для нужд ценообразования.



14. Определение относительного выигрыша/проигрыша в результате управления ценами.

15. Риски ценовых решений и возможности снизить потери от неверных ценовых решений.

16. Ценовые скидки как способ увеличения объема продаж и проблема прибыли.

17. Обеспечение эффективности применения ценового алгоритмы в ценовой стратегии предприятия.

18. Антимонопольное законодательство и система ценовых алгоритмов предприятия.

19. Законодательство и ценовая политика предприятия.

20. Пакетное ценообразование.

21. Бери или плати, Плати или бери (Take-or-Pay; ToP).

22. Терминал Ворота Арктики и цена на энергоресурсы.

23. Система цен на цифровой платформе и маркетплейсах.

24. Ценовой алгоритм.

25. Применяемая система цен на цифровой платформе Wildberries и ее маркетплейсах.

26. Описать действие ценового алгоритма и его влияние на всю систему ценообразования.

27. Какую систему ценообразования применять на цифровой платформе.

28. Система ценообразования на маркетплейсе.

29. Применение Больших данных для определения наиболее эффективной модели ценообразования.

30. Возможные пути снижения себестоимости отечественной продукции.

31. Производственные и непроизводственные затраты организации и их воздействие на себестоимость продукции и прибыль организации.

32. Формирование себестоимости продукции и возможности манипулирования ею. (рассмотреть возможности сокрытия доходов через структуру себестоимости).

33. Классификация затрат и возможности их снижения и завышения.

34. Производственные и непроизводственные затраты организации и их воздействие на себестоимость продукции и прибыль организации.

### **3.6. Вопросы для обсуждения на круглом столе (дискуссия, полемика, диспут, дебаты)**

1. Факторы, обеспечивающие успешное применение стратегий конкурентного ценообразования.

2. Стратегии дифференцированного ценообразования.

3. Разработка ценовой политики предприятия в соответствии с выработанной стратегией ценообразования.

4. Внутрифирменные цены (трансфертные цены).

5. Виды цен в зависимости от степени новизны товара.
6. Виды цен в зависимости от степени участия государства в их формировании.
7. Себестоимость в составе цены. Классификация затрат, учитываемая при формировании цены.
8. Прибыль в составе цены. Управление прибылью в процессе формирования и установления цен.
9. Жизненный цикл товара и его взаимосвязь с ценой на товар.
10. Состав и структура розничной цены.
11. Показатель рентабельности предприятия (фирмы).
12. Косвенные налоги как элементы цены.
13. Посреднические надбавки как элементы цены.
14. Ценовые стратегии и условия их выбора.
15. Основные стратегии конкурентного ценообразования (стратегия ценового прорыва, стратегия премиального ценообразования, стратегия нейтрального ценообразования).
16. Регулируемые и фиксированные цены, сферы их применения.
17. Методология ценообразования.
18. Сущность паритета цен.
19. Затратные методы ценообразования.
20. Параметрические методы ценообразования.
21. Рыночные методы ценообразования.
22. Система ценообразования на продукцию государственных закупок.
23. Формирование цен на товарных биржах.
24. Цены на продукцию сельского хозяйства и продовольствия.
25. Основные задачи, функции, права государственного контроля и регулирования цен.
26. Задачи и функции государственных служб по управлению ценами.
27. Дать экспертно-правовую оценку системе Incoterms – 2020.
28. Ценовой алгоритм и ценообразование.
29. Особенности ценообразования на цифровой платформе.
30. Роль торговых посредников в процессе установления цены на аналоговом рынке и цифровой платформе.
31. Аналоговый и цифровой анализ ценообразования.
32. Ценообразование в системе государственных контрактов (ФЗ-44 и ФЗ-223).
33. Сравнительная характеристика аналоговой и цифровой экспертизы ценообразования.
34. Технология организации сбора и анализа ценовой информации.
35. Охарактеризовать достоинства и недостатки аналоговой и цифровой экспертизы ценообразования.
36. Техничко-криминалистическая экспертиза правонарушений в области ценообразования.

37. Ценовые алгоритмы и картельный сговор.
38. Ценообразование во внешней торговле.
39. Мировой рынок. Виды мировых цен и их характеристики.
40. Государственное регулирование цен.
41. Основные задачи, функции, права государственного контроля и регулирования цен.
42. Задачи и функции государственных служб по управлению ценами.
43. Затратные методы ценообразования.
44. Параметрические методы ценообразования.
45. Рыночные методы ценообразования.
46. Система ценообразования на продукцию государственных закупок.
47. Формирование цен на товарных биржах.
48. Цены на продукцию сельского хозяйства и продовольствия.
49. Ценообразование во внешней торговле.
50. Мировой рынок. Виды мировых цен и их характеристики.
51. Государственное регулирование цен.

### **3.7. Контрольные вопросы и модельные задания для самостоятельной работы обучающихся**

Примерная модель (особенности) и виды самостоятельной работы

Виды самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Ценообразование»:

- написание эссе, контрольной работы;
- составление библиографического списка по заданной научной проблеме,
- подготовка презентации;
- подготовка тезисов докладов, сообщений для участия в научных конференциях;
- выполнение индивидуальных заданий, практических заданий, кейс-заданий.

#### **Модельные задания:**

1. Подготовка докладов, сообщений, эссе по проблемам управления городским хозяйством.
2. Подготовка докладов, сообщений, эссе по проблемам эффективности и качества управления городским хозяйством и его структурами.

### **3.8. Вопросы для зачета по темам дисциплины**

#### **Тема1. Экономическая сущность цены.**

1. Причины колебания цены
2. Источники информации о цене.
3. Цена и полезность товара.

4. Основные функции цены и их взаимосвязь.
5. Характеристика этапов процесса ценообразования.
6. Объяснить различие между методологией и методами ценообразования.
7. Внутренние и внешние ценообразующие факторы.
8. Элементы цены и их влияние на уровень цены.
9. Внутренние и внешние ценообразующие факторы.

## **Тема 2. Система цен, их классификация и характеристика.**

1. Виды цен и их классификация.
2. Критерии классификации цен
3. Система цен в современной экономике.
4. Блоки цен, входящие в ценовую систему и взаимосвязь между ними.
5. «Участие производителей и продавцов товаров в формировании цены»;
6. Взаимосвязь между системой цен и экономической средой, в которой они действуют.
7. Система цен как совокупность взаимосвязанных и дополняющих друг друга цен.
8. Основные участники процесса ценообразования.
9. Влияние покупателей и потребителей на установление цен;
10. Особенности ценообразования на цифровой платформе.
11. Роль торговых посредников в процессе установления цены на аналоговом рынке и цифровой платформе.
12. Роль торговых посредников в процессе установления цены»;
13. Государство как участник ценообразования.
14. Дать экспертно-правовую оценку системе Incoterms – 2020.
15. Ценовой алгоритм и ценообразование.

## **Тема 3. Методология и методы ценообразования**

1. Основные правила формирования цен.
2. Сущность и составные элементы методологии ценообразования.
3. Затратные и рыночные методики ценообразования.
4. Задачи, формы и методы государственного регулирования цен.
5. Применение больших данных для выбора метода и методик формирования цены.
6. Сущность и составные элементы методологии ценообразования/
7. Основные группы ценообразующих факторов.
8. Какие факторы определяют эластичность спроса на товары-инновации?
9. Затратные методики ценообразования.
10. Рыночные методики ценообразования.

**Тема 4. Элементы (структура) цены и их влияние на уровень цены.  
Взаимосвязь внутренних и внешних цен.**

1. Понимание сущности и назначения косвенных налогов;
2. Источники возникновения посреднических надбавок и возможности управления этим элементом цены.
3. Обоснование минимального норматива рентабельности к издержкам .
3. Ценовые скидки и надбавки как инструмент дискриминации.
4. Роль таможенных пошлин и сборов в формировании цены.
5. Сущность, значение и виды себестоимости продукции.
6. Косвенные налоги как элементы цены.
7. Структура цены.
8. Калькулирование себестоимости продукции.
9. Себестоимость продукции и её место в структуре цены.
10. Прибыль в составе цены.
11. Косвенные налоги и посреднические надбавки как элементы цены.

**Тема 5. Особенности ценообразования в различных рыночных условиях**

1. Правовые вопросы государственного регулирования цен.
2. Аналоговый и цифровой анализ ценообразования.
3. Ценообразование в системе государственных контрактов (ФЗ-44 и ФЗ-223).
4. Сравнительная характеристика аналоговой и цифровой экспертизы ценообразования.
5. Технология организации сбора и анализа ценовой информации.
6. Охарактеризовать достоинства и недостатки аналоговой и цифровой экспертизы ценообразования.
7. Этапы расчета исходной цены продукции.
8. Факторы, влияющие на выбор метода ценообразования.
9. Основные методы анализа и расчета цен.
10. Выбор оптимального уровня цен в конкретной хозяйственной ситуации.
11. Классификационные признаки ценообразования;
12. Факторы, определяющие выбор методов определения цены;

**Тема 6. Стратегия и тактика ценообразования предприятия и оценка риска принимаемых ценовых решений.**

1. Техничко-криминалистическая экспертиза ценообразования предприятия.
2. Характеристика основных этапов разработки стратегии ценообразования предприятия.
3. Охарактеризовать базовые цели ценовой политики предприятия.
4. Тактика ценообразования как часть стратегии ценообразования;

5. Ценовые алгоритмы и картельный сговор.
6. Риски ценовых решений и возможности снизить потери от неверных ценовых решений.
7. Базовая характеристика ценовой стратегии и тактики предприятия.
8. Основные черты ценовой политики предприятия.
9. Возможности организации использовать большие данные в формировании цены.
10. Пути повышения эффективности ценовой политики предприятия.
11. Оценка рисков принимаемых ценовых решений.
12. Конфликт интересов государства и предприятия в сфере ценообразования.

#### **IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

##### **4.1 . Основная литература:**

1. Ценообразование [Электронный ресурс] : учебник и практикум / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под ред. Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 437 с. — Режим доступа : <https://biblio-online.ru/bcode/432141>
2. Липсиц, И. В. Ценообразование [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. В. Липсиц. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 160 с. — Режим доступа : <https://biblio-online.ru/bcode/424343>
3. Липсиц, И. В. Ценообразование. Практикум [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. В. Липсиц. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 336 с. — Режим доступа : <https://biblio-online.ru/bcode/432980>
4. Лузина, Т. В. Ценообразование во внешней торговле [Электронный ресурс] : учебник для вузов / Т. В. Лузина, С. С. Решетникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 278 с. — Режим доступа : <https://biblio-online.ru/bcode/442217>
5. Ценообразование [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова ; под ред. В.А. Слепова; Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова. - М. : Магистр : ИНФРА-М, 2018. - 144 с. - Режим доступа : <http://znanium.com/catalog/product/961569>

##### **4.2. Дополнительная литература:**

1. Баздникин, А. С. Цены и ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. С. Баздникин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2014. — 370 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-4237-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].
2. Гусева Н.В. Цены и ценообразование на предприятии: учеб. пособие /Н. В. Гусева . - Самара: Самар. гос. техн. ун-т, 2014. - 160 с.

#### **V. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

## **V. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### **5.1. Обеспечение образовательного процесса иными библиотечно-информационными ресурсами и средствами обеспечения образовательного процесса**

Обучающимся обеспечивается доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам. Полнотекстовая рабочая программа дисциплины (модуля) размещена в Цифровой научно-образовательной и социальной сети Университета (далее - ЦНОСС), в системе которой функционируют «Электронные личные кабинеты обучающегося и научно-педагогического работника».

Доступ к материалам возможен через введение индивидуального пароля. ЦНОСС предназначена для создания лично-ориентированной информационно-коммуникационной среды, обеспечивающей информационное взаимодействие всех участников образовательного процесса Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА), в том числе предоставление им общедоступной и персонализированной справочной, научной, образовательной, социальной информации посредством сервисов, функционирующих на основе прикладных информационных систем Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА).

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). Помимо электронных библиотек Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА), он обеспечен индивидуальным неограниченным доступом ко всем удаленным электронно-библиотечным системам, базам данных и справочно-правовым системам, подключенным в Университете имени О.Е. Кутафина (МГЮА) на основании лицензионных договоров, и имеющие адаптированные версии сайтов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность одновременного доступа 100 процентов обучающихся из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА), так и вне ее.

Фонд электронных ресурсов Библиотеки включает следующие справочно-правовые системы, базы данных и электронные библиотечные системы:

#### **5.1.1. Справочно-правовые системы:**

1.	ИС «Континент»	сторонняя	<a href="http://continent-online.com">http://continent-online.com</a>	ООО «Агентство правовой интеграции «КОНТИНЕНТ»,
----	----------------	-----------	---	---

				<p>договоры:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- № 18032020 от 20.03.2018 г. с 20.03.2018 г. по 19.03.2019 г.;</li> <li>- № 19012120 от 20.03.2019 г. с 20.03.2019 г. по 19.03.2020 г.;</li> <li>- № 20040220 от 02.03.2020 г. с 20.03.2020 г. по 19.03.2021 г.</li> <li>- №21021512 от 16.03.2021 г. с 20.03.2021 г. по 19.03.2022 г.</li> <li>- № 22021712 от 09.03.2022 г. с 20.03 2022г. по 19.03.2023 г.;</li> <li>- № 23020811 от 06.03.2023 г. с 20.03.2023 г. по 19.03.2024 г.</li> </ul>
2.	СПС Westlaw Academics	сторонняя	<a href="https://uk.westlaw.com">https://uk.westlaw.com</a>	<p>Филиал Акционерного общества «Томсон Рейтер (Маркетс) Юроп СА», договоры:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- № 2TR/2019 от 24.12.2018 г. с 01.01.2019 г. по 31.12.2019 г.;</li> <li>- №RU03358/19 от 11.12.2019 г., с 01.01.2020 г. по 31.12.2020 г.;</li> <li>- № ЭБ-6/2021 от 06.11.2020 г. с 01.01.2021 г. по 31.12.2021 г.;</li> <li>- № ЭР-5/2022 от 27.10.2021 г., период доступа с 01.01.2022 г. по 31.12.2022 г.;</li> <li>- № 32211783551 от 16.11.2022 г. с 01.01.2023 г. по 31.12.2023 г.</li> </ul>
3.	КонсультантПлюс	сторонняя	<a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>	Открытая лицензия для образовательных организаций
4.	Гарант	сторонняя	<a href="https://www.garant.ru">https://www.garant.ru</a>	Открытая лицензия для образовательных организаций

### 5.1.2. Профессиональные базы данных:

3.	Коллекции полнотекстовых электронных книг информационного ресурса EBSCOHost БД eBook Collection	сторонняя	<a href="http://web.a.ebscohost.com">http://web.a.ebscohost.com</a>	ООО «ЦНИ НЭИКОН», договор № 03731110819000006 от 18.06.2019 г. бессрочно
4.	Национальная электронная библиотека (НЭБ)	сторонняя	<a href="https://rusneb.ru">https://rusneb.ru</a>	ФГБУ «Российская государственная библиотека», договор № 101/НЭБ/4615 от 01.08.2018 г. с 01.08.2018 по 31.07.2023г. (безвозмездный)
5.	Президентская биб-	сторонняя	<a href="https://www.prlib.ru">https://www.prlib.ru</a>	ФГБУ «Президентская



	библиотека имени Б.Н. Ельцина			библиотека имени Б. Н. Ельцина, Соглашение о сотрудничестве № 23 от 24.12.2010 г., бессрочно
6.	НЭБ BRARY.RU	eLI- сторонняя	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>	ООО «РУНЕБ», договоры: - № SU-13-03/2019-1 от 27.03.2019 г. с 01.04.2019 г. по 31.03.2020 г.; - № ЭР-1/2020 от 17.04.2020 г. с 17.04.2020 г. по 16.04.2021 г.; - № ЭР-2/2021 от 25.03.2021 г. с 25.2021 г. по 24.03.2022 г.; - № ЭР-3/2022 от 04.03.2022 г. с 09.03.2022 г. по 09.03.2023 г.; - № SU-1494/2023 от 22.03.2023 г. с 27.03.2023 г. по 26.03.2024 г.
7.	Legal Source	сторонняя	<a href="http://web.a.ebsco-host.com">http://web.a.ebsco-host.com</a>	ООО «ЦНИ НЭИКОН», договоры: - № 414-EBSCO/2020 от 29.11.2019 г., с 01.01.2020 г. по 31.12.2020 г.; - № ЭБ-5/2021 от 02.11.2020 г. с 01.01.2021 г. по 31.12.2021 г.; - № ЭР-2/2022 от 01.10.2021 г., с 01.01.2022 г. по 31.12.2022 г.; - № 414- EBSCO/23 от 21.10.2022 г. с 01.01.2023 г. по 31.12.2023 г.
8.	ЛитРес: Библиотека	сторонняя	<a href="http://biblio.litres.ru">http://biblio.litres.ru</a>	ООО «ЛитРес», договоры: - № 290120/Б-1-76 от 12.03.2020 г. с 12.03.2020 г. по 11.03.2021 г.; - № 160221/Б-1-157 от 12.03.2021 г. с 12.03.2021 г. по 11.03.2022 г.; - № ЭР-6/2022 от 18.03.2022 г. с 18.03.2022 г. по 17.03.2023 г.; - № 130223/Б-1-136 от 02.03.2023 г. с 18.03.2023 г. по 17.03.2024 г.

### 5.1.3. Электронно-библиотечные системы:

1.	ЭБС ZNANIUM.COM	сторонняя	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>	ООО «Научно-издательский центр ЗНАНИУМ», договоры: - № 3489 бс от 14.12.2018 г. с 01.01.2019 г. по 31.12.2019 г.; - № 3/2019эбс от 29.11.2019 г. с 01.01.2020 г. по 31.12.2020 г.; - № 3/2021 эбс от 02.11.2020 г. с 01.01.2021 г. по 31.12.2021 г.; - № 1/2022эбс от 01.10.2021 г. с 01.01.2022 г. по 31.12.2022 г.; - № 32211747575эбс от 07.10.2022 г. с 01.01.2023 г. по 31.12.2023 г.
2.	ЭБС Book.ru	сторонняя	<a href="http://book.ru">http://book.ru</a>	ООО «КноРус медиа», договоры: - № 18494735 от 17.12.2018 г. с 01.01.2019 г. по 31.12.2019 г.; - № ЭБ-2/2019 от 29.11.2019 г. с 01.01.2020 г. по 31.12.2020 г.; - № ЭБ-4/2021 от 02.11.2020 г. с 01.01.2021 г. по 31.12.2021 г.; - № ЭР-4/2022 от 01.10.2021 г. с 01.01.2022 г. по 31.12.2022 г.; - № 32211783653 от 21.10.2022 г. с 01.01.2023 г. по 31.12.2023 г.
3.	ВЧЗ РГБ (Виртуальный читальный зал Российской государственной библиотеки)	сторонняя	<a href="https://search.rsl.ru/">https://search.rsl.ru/</a>	ФГБУ «Российская государственная библиотека», договор № 32312116538 от 14.02.2023 г. с 02.03.2023 г. по 01.03.2024 г.
4.	ЭБС Юрайт	сторонняя	<a href="http://www.biblio-online.ru">http://www.biblio-online.ru</a>	ООО «Электронное издательство Юрайт», договоры: - № ЭБ-1/2019 от 01.04.2019 г. с 01.04.2019 г. по 31.03.2020 г.; - № ЭБ-1/2020 от 01.04.2020 г. с 01.04.2020 г. по 31.03.2021 г.; - № ЭР-1/2021 от 23.03.2021 г. с 03.04.2021 г. по 02.04.2022 г.; - № ЭР-7/2022 от 09.03.2022 г. с 03.04.2022 по 02.04.2023 г.; - № 32312233331 от 29.03.2023 г. с 03.04.2023 г. по 02.04.2024 г.
5.	ЭБС «Юстицинформ»	сторонняя	<a href="https://elknigi.ru/">https://elknigi.ru/</a>	ООО «Юридический дом «Юстицинформ», договор № ЭР-1/2023 от 30.03.2023 г. с 05.04.2023 г. по 04.04.2024 г.
6.	ЭБС Проспект	сторонняя	<a href="http://">http://</a>	ООО «Проспект», договоры:

			<a href="http://ebs.prospekt.org">ebs.prospekt.org</a>	-№ ЭБ-1/2019 от 03.07.2019 г. с 03.07.2019 г. по 02.07.2020 г; - № ЭБ-2/2020 от 03.07.2020 г. с 03.07.2020 г. по 02.03.2021 г.; - № ЭР-3/2021 от 21.06.2021 с 03.07.2021 г. по 02.07.2022 г.; - № 32211498857 от 24.06.2022 г. с 03.07.2022 г. по 02.07.2023 г.; - 32312506505 от 27.06.2023 с 03.07.2023 г. по 02.07.2024 г.
--	--	--	--	---

Университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА) обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

### 1.2. Перечень программного обеспечения (ПО), установленного на компьютерах, задействованных в образовательном процессе по дисциплине (модулю)

Все аудитории, задействованные в образовательном процессе по реализации дисциплины (модуля), оснащены следующим ПО:

№	Описание ПО	Наименование ПО, программная среда, СУБД	Вид лицензирования
<b>ПО, устанавливаемое на рабочую станцию</b>			
1.	Операционная система	Windows 7	Лицензия
		Windows 10	Лицензия
		По договорам: № 32009118468 от 01.06.2020 г. № 31907826970 от 27.05.2019 г. № 31806485253 от 20.06.2018 г. №31705236597 от 28.07.2017 г. №31604279221 от 12.12.2016 г.	
4.	Антивирусная защита	Kaspersky Workspace Security	Лицензия
		По договорам: № 31907848213 от 03.06.2019 г. № 31806590686 от 14.06.2018 №31705098445 от 30.05.2017 № 31603346516 от 21.03.2016	
5.	Офисные пакеты	Microsoft Office	Лицензия
		По договорам: № 32009118468 от 01.06.2020 г. № 31907826970 от 27.05. 2019 г. № 31806485253 от 21.06.2018 г. №31705236597 от 28.07.2017 г. №31604279221 от 12.12.2016 г.	
7.	Архиваторы	7-Zip	Открытая лицензия
		WinRar	Открытая лицензия

8.	Интернет-браузер	Google Chrome	Открытая лицензия
9.	Программа для просмотра файлов PDF	Adobe Acrobat reader	Открытая лицензия
		Foxit Reader	Открытая лицензия
10	Программа для просмотра файлов DJVU	DjVu viewer	Открытая лицензия
11	Пакет кодеков	K-Lite Codec Pack	Открытая лицензия
12	Видеоплеер	Windows Media Player	В комплекте с ОС
		vlc pleer	Открытая лицензия
		flashpleer	Открытая лицензия
13	Аудиоплеер	Winamp	Открытая лицензия
12	Справочно- правовые системы (СПС)	Консультант плюс	Открытая лицензия
.		Гарант	Открытая лицензия

Университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА) располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам, и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

В реализации дисциплины (модуля) задействованы учебные аудитории для проведения лекционных занятий, практических (семинарских) занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Для проведения занятий лекционного типа обучающимся предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, которые хранятся на электронных носителях.

### **Помещения для самостоятельной работы обучающихся**

Помещения для самостоятельной работы обучающихся расположенные по адресу г. Москва ул. Садовая-Кудринская д.9 стр.1, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС Университета и включают в себя:

1. Электронный читальный зал на 135 посадочных мест:
  - стол студенческий двухместный – 42 шт.,
  - стол студенческий трехместный – 10 шт.,
  - кресло для индивидуальной работы – 3 шт.,
  - стул – 135 шт.,
  - компьютер студенческий 50 MAC AB – 76 шт. (компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечивает доступ в электронную информационно-образовательную среду),
  - проектор с моторизованным лифтом Epson EB-1880 – 1 шт.,
  - экран Projecta с электронным приводом – 1 шт.

Электронный читальный зал располагается на первом этаже, предназначенного для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья,

рабочие места в читальном зале оборудованы современными эргономичными моноблоками с качественными экранами, а также аудио гарнитурами.

Комплекс средств:

- рабочее место с увеличенным пространством – 2 шт.,
- наушники «накладного» типа – 1 компл.,
- лупа ручная для чтения 90mmx13.5mm – 1 шт.,
- линза Френеля в виниловой рамке 300\*190 – 1 шт.

2. Читальные залы на 93 посадочных мест:

- стол студенческий двухместный – 24 шт.,
- стол студенческий трехместный – 2 шт.,
- кресло для индивидуальной работы – 7 шт.,
- стул – 93 шт.,
- компьютер студенческий 50 MAC AB – 11 шт.

3. Абонемент научной литературы на 4 посадочных мест:

- стол студенческий одноместный – 4 шт.,
- компьютер студенческий 50 MAC AB – 4 шт.,
- стул – 4 шт.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся, расположенное по адресу г. Москва наб. Шитова д. 72 корп. 3, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС Университета и включает в себя:

- компьютер студенческий Lenovo – 16 шт.,
- стол студенческий одноместный – 16 шт.,
- стол студенческий двухместный – 17 шт.,
- стул – 42 шт.