МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования

«Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева» в г. Белово

кафедра экономической безопасности и менеджмента

**ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

Программа курса и методические указания по самостоятельной работе для студентов очной формы обучения специальности

38.05.01 «Экономическая безопасность», специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности»

Составитель Е.В. Лейбутина

|  |
| --- |
| Утверждены на заседании кафедры  Протокол № 4 от 11.12.2019г.  Рекомендованы к печати  учебно-методическим Советом  филиала КузГТУ в г. Белово  Протокол № 5 от 25.12.2019г.  Электронная копия хранится в  библиотеке филиала  КузГТУ в г. Белово |
|  |

БЕЛОВО 2019

**1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине "Ценообразование", соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Освоение дисциплины направлено на формирование:

профессиональных компетенций:

ПК-27 - владеть способностью анализировать результаты контроля, исследовать и обобщать причины и последствия выявленных отклонений, нарушений и недостатков и готовить предложения, направленные на их устранение.

Знать:

- основные категории и законы ценообразования;

- базовые модели теории ценообразования.

Уметь:

- использовать источники экономической, социальной, управленческой информации;

- выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, обобщать причины и последствия выявленных отклонений, нарушений и недостатков и готовить предложения, направленные на их устранение

Владеть:

- навыками анализа и оценки эффективности деятельности организации по управлению ценами;

- навыками выявления, обобщения причин и последствий отклонений, нарушений и недостатков в области ценовой политики организации;

- навыками разработки ценовых предложений, направленных на устранение выявленных отклонений.

профессионально-специализированных компетенций:

ПСК-1.1 - владеть способность принимать оптимальные управленческие решения с учетом критериев экономической эффективности, фактора риска и возможности использования корпоративных ресурсов.

Знать:

- критерии экономической эффективности;

- фактора риска и возможности использования корпоративных ресурсов.

Уметь:

- принимать оптимальные ценовые решения с учетом критериев экономической эффективности, фактора риска и возможности использования корпоративных ресурсов.

Владеть:

- способностью принимать оптимальные ценовые решения с учетом критериев экономической эффективности, фактора риска и возможности использования корпоративных ресурсов

**В результате освоения дисциплины обучающийся в общем по дисциплине должен**

Знать:

- основные категории и законы ценообразования;

- базовые модели теории ценообразования

- критерии экономической эффективности;

- фактора риска и возможности использования корпоративных ресурсов.

Уметь:

- использовать источники экономической, социальной, управленческой информации;

- выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, обобщать причины и последствия выявленных отклонений, нарушений и недостатков и готовить предложения, направленные на их устранение;

- принимать оптимальные ценовые решения с учетом критериев экономической эффективности, фактора риска и возможности использования корпоративных ресурсов

Владеть:

- навыками анализа и оценки эффективности деятельности организации по управлению ценами;

- навыками выявления, обобщения причин и последствий отклонений, нарушений и недостатков в области ценовой политики организации;

- навыками разработки ценовых предложений, направленных на устранение выявленных отклонений

- способностью принимать оптимальные ценовые решения с учетом критериев экономической эффективности, фактора риска и возможности использования корпоративных ресурсов.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП специалитета**

Для освоения дисциплины необходимы компетенции (знания умения, навыки и (или) опыт профессиональной деятельности), сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «История экономических учений», «Управление организацией (предприятием)», «Экономика организации (предприятия)», «Экономическая безопасность», «Экономическая теория». В области: основных понятий, категорий, закономерностей социально-экономических явлений и процессов

**3. Объем и содержание дисциплины "Ценообразование" в зачетных единицах**

Общая трудоемкость дисциплины составляет \_4\_зачетных единиц\_144 часа.

|  |
| --- |
| **Наименование темы** |
| **Тема 1. Сущность цены как экономической категории, характеристики рынка**  Теоретические основы цены. Фундаментальная теория стоимости. Теория предельной полезности. Цена как выражение субъективной оценки полезности товара. Взаимосвязь закона стоимости и законов спроса и предложения. Функции цены |
| **Тема 2. Факторы рыночного ценообразования**  Цена в различных системах экономического управления. Эластичность спроса по цене. Эластичность спроса по доходу. Условия рыночного ценообразования. Внешние и внутренние факторы, определяющие уровень и динамику цен. Макроэкономические и микроэкономические факторы рыночного ценообразования. Характеристика основных ценообразующих факторов. Конкуренция как ценообразующий фактор. Механизм формирования цен. |
| **Тема 3. Система цен в экономике**  Определение системы цен. Определяющая роль цен на продукцию базовых отраслей промышленности. Причины, обуславливающие взаимосвязь цен в единой системе. Классификации цен. Группировка цен с учетом базисных условий поставок и продажи товаров. Франкирование цен. Уровень цен. Трансфертные цены. Средние цены. Индексы цен. |
| **Тема 4. Формирование цен в рыночных условиях. Состав и структура цен**  Система последовательно формирующихся цен. Основные элементы отпускной цены производителя, цен оптового и розничного торговых посредников. Общая характеристика прямых и косвенных налогов в составе различных видов цен. Скидки и надбавки к цене как инструмент стимулирования сбыта. Основные виды скидок, применяемые в коммерческой практике. Факторы, определяющие размер скидок и надбавок Экономические категории: «издержки», «затраты», «расходы». Классификация затрат на производство. Классификация затрат по экономически однородным элементам и по калькуляционным статьям затрат. Роль себестоимости как одного из основных элементов цены. Понятие себестоимости продукции (работ, услуг). Основные виды затрат, входящих в себестоимость: переменные, условно-постоянные (постоянные), прямые и косвенные, предотвратимые и невозвратные, приростные. Калькулирование себестоимости при формировании цены. Способы распределения косвенных затрат по видам продукции (работ, услуг). |
| **Тема 5. Государственное регулирование цен в рыночных условиях**  Цели, задачи, формы и методы государственного регулирования цен. Факторы, определяющие характер и масштабы государственного регулирования цен. Органы, осуществляющие государственный контроль цен. Санкции за нарушение государственной дисциплины цен. Зарубежный опыт государственного регулирования цен. |
| **Тема 6. Методы ценообразования, применяемые в коммерческой практике**  Применение расчетных и рыночных методов ценообразования. Виды расчётных методов ценообразования: достоинства и недостатки. Виды рыночных методов ценообразования: достоинства и недостатки. |
| **Тема 7. Ценовая политика, стратегия, тактика организации**  Понятия ценовой политики, стратегии и тактики предприятия. Их роль в маркетинговой деятельности организации. Этапы разработки ценовой политики и стратегии организации. Стратегии затратного ценообразования, их достоинства, недостатки, условия и масштабы применения. Стратегии рыночного ценообразования, условия их применения. Ассортиментное ценообразование. Ценообразование, ориентированное на спрос. Конкурентное ценообразование. Географические ценовые стратегии. |
| **Тема 8. Особенности ценообразования в финансово-кредитной сфере**  Особенности ценообразования на кредитном рынке. Особенности ценообразования на рынке ценных бумаг. Факторы, влияющие на образование цен в финансово-кредитной сфере. |
| **Тема 9. Особенности ценообразования на социальные услуги**  Особенности ценообразования на услуги здравоохранения и образования: формирование и регулирование. |

**4. Методические указания и содержание самостоятельной работы.**

**4.1.Методические указания**

Промежуточный контроль знаний студентов проводится в письменной форме и включает 4 самостоятельные работы, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Содержание самостоятельной работы студентов для проведения промежуточного контроля знаний

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Номер  работы | Содержание работы | Срок сдачи  работы на  проверку |
| 1. | |  | | --- | | Домашнее задание: «Провести сравнительный анализ административно-командного и рыночного ценообразования» (Приложение 1) | | за неделю до выставления первой  контрольной точки |
| 2. | Практическое задание: «Проанализировать динамику цен промышленных и потребительских товаров за последние 3 года» (Приложение 2) | за неделю до выставления второй  контрольной точки |
| 3. | Практическое задание: «Проанализировать одну из представленных в методических указаниях по выполнению самостоятельной работы ситуационных задач» (Приложение 3) | за неделю до выставления третьей  контрольной точки |
| 4. | Практическое задание: «Разработать стратегию и тактику ценообразования на примере конкретной организации» (Приложение 4) | за неделю до выставления четвертой  контрольной точки |

Самостоятельные работы выполняются в тетрадях или на листах формата А4 рукописным или печатным способом. Если работа выполняется на листах формата А4, ее необходимо скрепить. Страницы работы нумеруются.

На титульном листе контрольной работы необходимо указать: название учебного заведения, кафедры, наименование дисциплины, тему и номер самостоятельной работы, фамилию и инициалы студента, фамилию и инициалы преподавателя, город и год выполнения самостоятельной работы.

***Самостоятельные работы подлежат сдаче на проверку преподавателю в сроки, указанные в таблице 1.***

**4.2. Содержание самостоятельной работы**

Содержание самостоятельной работы указано в приложениях.

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1**

Таблица 2 – Примерный образец для анализа

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Критерии | Административно-командное ценообразование | Рыночное ценообразование |
| 1. | Краткая характеристика |  |  |
| 2. | Принципы и методы |  |  |
| установления цен | |  |  |
| 3. | Степень вмешательства |  |  |
| государства в установление | |  |  |
| и регулирование цен | |  |  |
| 4. | Примеры стран или |  |  |
| исторических периодов | |  |  |
| 5. | Достоинства |  |  |
| 6. | Недостатки |  |  |

**ПРИЛОЖЕНИЕ 2**

Таблица 3 – Пример оформления статистических данных о динамике цен

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид товара | Значение показателя, руб. | | | Абсолютное отклонение, руб. | | | Относительное отклонение,% | | |
| 2017 | 2018 | 2019 | 2019/  2018 | 2018/  2017 | 2019/  2017 | 2019/  2018 | 2018/  2017 | 2019/  2017 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**ПРИЛОЖЕНИЕ 3**

**Ситуационная задача 1.**

Оцените влияние изменения цены товара на финансовые результаты компьютерной компании. Компания продает ноутбуки HP по начальной цене 28 000 руб. Начальные удельные переменные затраты составляют 17 000 руб. (то есть цена закупки). Постоянные затраты 300 000 руб. в месяц. Оцените необходимое изменение объема продаж для обоснования целесообразности решений об изменении цен. Менеджер компании предлагает четыре возможных варианта управленческих решений.

*Вариант 1.* Снизить цену на 10 % при неизменных затратахи продаже одной модели ноутбуков.

*Вариант 2.* Снизить цену на 10 %, что обусловлено снижением переменных затрат (цены закупки) на 10 %, но известно, что это приведет к росту постоянных затрат до 500 000 руб. (в этом случае компании придется осуществлять дополнительные расходы на рекламу, продвижение товара и пр.)

*Вариант 3.* Снизить цену ноутбуков модели HP на 10 % принеизменных затратах. В данном случае компания сможет установить цену на ноутбуки Asser по цене 22 000 руб., при переменных затратах 19 000 руб. (известно, что объемы продаж, в данном случае сократятся на 2 %) и на ноутбуки Assus по цене 26 000 руб. при переменных затратах 18 000 руб. (известно, что объемы продаж сократятся в данном случае на 5 %).

*Вариант 4.* Снизить цену на 10 % при неизменных затратах и продаже одной модели ноутбуков, а также принтера модели HP Laser Jet по цене 10 000 руб. при переменных затратах 7 000 руб. (известно, что в данном случае произойдет увеличение продаж на 4 %) и USB-GSM модема для ноутбука по цене 3 000 руб. при переменных затратах 2 000 руб. (объемы продаж которого также увеличатся на 6 %). При условии, что постоянные затраты делятся пропорционально прямым затратам между изделиями.

**Ситуационная задача 2.**

По предприятию известны следующие данные:

1. постоянные затраты в год – 50 000 руб.;
2. отпускная цена единицы продукции – 18 руб
3. переменные затраты на единицу продукции – 10 руб.;
4. текущий объем продаж – 8000 шт.

Оцените расчетным путем возможное изменение цены товара, при условии, что предприятие в следующем году планирует сократить переменные затраты на 10 % и постоянные затраты на 5000 руб., объем продаж прогнозируется тот же. Какую отпускную цену единицы продукции следует установить, если предприятие планирует увеличение прибыли на 15 % при продаже прежнего количества продукции.

**Ситуационная задача 3.**

Компания Assus намерена производить новый планшетный компьютер модели Assus T-101fm. Используя современные методы ценообразования, применяемые в коммерческой практике, обосновать цену новой модели планшетного компьютера.

**Ситуационная задача 4.**

Цена модельной женской стрижки в салоне парикмахерских услуг составляет 500 руб., переменные затраты 320 руб. Ожидается рост переменных затрат на 10 %. Проанализируйте последствия возможных альтернативных решений фирмы.

*Решение 1.* Увеличить цену стрижки для компенсации возросших затрат. Как изменится при этом спрос покупателей и выручка, если коэффициент эластичности спроса по цене равен -2?

*Решение 2.* Оставить цену на прежнем уровне. На сколькоследует изменить объем предоставляемых услуг, чтобы данное решение было безубыточным?

**Ситуационная задача 5.**

Имеются следующие данные о работе обувного магазина:

|  |  |
| --- | --- |
| Показатель | Фактическое значение |
| Объем продаж, пар | 25 000 |
| Средняя розничная цена за пару, руб. | 1 400 |
| Закупочная цена за пару, руб. | 1 050 |
| Совокупные постоянные издержки, руб. | 1 800 000 |

Определить точку безубыточности. Рассчитать прибыль (убыток) компании.

Сложившийся уровень прибыли не устраивает руководителей предприятия, поэтому обсуждаются предложения, направленные на повышение прибыли. Оцените результаты реализации каждого предложения.

1.Если бы за реализацию одной пары обуви были введены комиссионные (продавцам, осуществляющим торговлю) в размере 5 %, сколько пар обуви нужно было бы реализовать ежегодно, чтобы прибыль увеличилась на 20 % по сравнению с базовым уровнем? Каким должен быть коэффициент эластичности?

2. Предположим, что на следующий год предполагается провести дополнительную рекламную компанию, которая обойдется организации в 80 000 руб., в то же время цены реализации должны быть увеличены на 10 %. Какой будет точка безубыточности? При каком объеме продаж прибыль увеличится на 20 %? Какой должна быть эластичность спроса по цене, чтобы при увеличении цены на 10 % обеспечить необходимый объем продаж?

**Ситуационная задача 6.**

Компания производит только один товар. Основные показатели базового периода представлены ниже.

|  |  |
| --- | --- |
| Показатель | Фактическое значение |
| Цена реализации единицы продукции | 330 |
| Переменные издержки на единицу продукции | 210 |
| Совокупные постоянные издержки | 215 000 |
| Прибыль | 300 000 |

Уровень прибыли признан неприемлемым, в связи с этим были разработаны альтернативные предложения:

1. снизить цену реализации на 10 %;
2. повысить цену реализации на 8 %.

Рассчитайте годовую прибыль по каждому предложению, если коэффициент эластичности спроса по цене данного товара равен (-2). Обратите внимание на то, что каждое предложение является независимым.

**ПРИЛОЖЕНИЕ 4**

Таблица 4 – Информационно-логическая схема разработки стратегии ценообразования

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Этапы | Мероприятия | Основные вопросы |
| 1.Сбор исходной информации | Оценка затрат | Какие затраты при изменении объемов  продаж будут изменяться?  При каком изменении объемов продаж  могут измениться условно-постоянные затраты и на сколько существенно?  Какие постоянные затраты являются  предотвратимыми (возвратными) по отношению к анализируемому решению? |
| Уточнение финансовых целей | Какой минимальный уровень прибыльности необходимо обеспечить от продажи анализируемых товаров?  Какие финансовые цели стоят перед организацией? |
| Определение потенциальных покупателей | Какова экономическая ценность данного товара для покупателей?  Какие факторы кроме экономической  ценности товара могут повлиять на чувствительность покупателей к уровню цены?  Каким образом экономическая ценность и прочие факторы делят покупателей на отдельные сегменты?  Можно ли методами маркетинга повлиять на готовность покупателей платить за товар предпочитаемую цену и как это сделать наиболее эффективно? |
| Уточнение маркетинговой стратегии | Должны ли цены решать задачу обеспечения проникновения на новый рынок?  Должны ли цены способствовать развитию рынка путем привлечения к покупке  товара новых категорий клиентов?  Должны ли цены ориентироваться на  большую сегментацию рынка и обеспечение более полного удовлетворения запросов? |
| Определение потенциальных конкурентов | Какие организации являются или могут стать основными конкурентами на данном рынке?  Каковы номинальные цены существующих конкурентов и насколько они отличаются от цен реальных сделок? |
| 2.Стратегический анализ | Финансовый анализ деятельности | Какова удельная и общая прибыль от  продаж данного товара?  На сколько должен возрасти объем продаж при снижении цены, чтобы прибыль увеличилась?  Какое снижение объема продаж допустимо при повышении цены?  Какой прирост объема продаж необхо-  дим для компенсации приростных ус-  ловно-постоянных затрат, связанных с  данной стратегией? |
| Сегментный анализ рынка | Как можно заблаговременно определить состав покупателей в разных сегментах рынка?  Как можно возвести границы между отдельными сегментами, чтобы установить дифференцированные цены?  Не будет ли дифференцированное ценообразование противоречить закону? |
| Анализ конкуренции в условиях конкретного рынка | Каких объемов продаж и прибыльности может достичь организация с учетом возможных реакций конкурентов?  Какие возможности воздействия на конкурентов для достижения своих целей имеет организация?  Может ли организация повысить гарантированность достижения целей за счет сосредоточения усилий на одних сегментах рынка и ухода с других? |
| Оценка влияния мер государственного регулирования на ценообразование | Может ли ценовое регулирование со стороны государства затруднить намеченную стратегию ценообразования?  Может ли экономическая политика государства существенно отразиться на положении покупателей и каким образом?  Может ли государственное регулирование отразиться на уровне затрат организации?  Могут ли произойти изменения в госу-  дарственном регулировании внешнеэкономической деятельности и как они отразятся на конъюнктуре рынка? |
| 3.Принятие окончательного решения | Окончательная стратегия ценообразования | Обобщение результатов анализа и обоснование выбора стратегии из существующих базовых стратегий  ценообразования или разработка собственной стратегии |

**4.3. Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации студентов (зачета)**

1. Цена как экономическая категория, ее основные функции.

2. Основные ценообразующие факторы.

3. Закон стоимости. Взаимосвязь закона стоимости и законов спроса и предложения.

4. Ценовая политика государства. Цели, формы и методы государственного регулирования цен.

5. Механизм формирования цен в рыночных условиях

6. Определение системы цен. Взаимосвязь различных видов цен.

7. Виды цен в зависимости от сферы товарного обращения, вида рынка. Трансфертные цены.

8. Виды цен в зависимости от степени новизны товара.

9. Виды цен по способу фиксации в контракте.

10. Виды цен в зависимости от учета в них транспортных расходов.

11. Виды цен в зависимости от характера и степени государственного регулирования.

12. Публикуемые и расчетные цены.

13. Цены действующие, сопоставимые, средние.

14. Цены во внешнеторговом обороте.

15. Состав и структура различных видов цен.

16. Себестоимость как базовый элемент цены.

17. Виды затрат, входящих в себестоимость.

18. Полная и сокращенная себестоимость в ценообразовании.

19. Сущность ценовой политики, стратегии и тактики организации.

20. Этапы разработки ценовой политики, стратегии организации.

21. Ценовая тактика организации.

22. Стратегии затратного ценообразования, условия и масштабы их применения.

23. Надбавки и скидки к цене (оптовые, платежные, дилерские).

24. Надбавки и скидки к цене (экспортные, сезонные, сервисные, клубные).

25. Надбавки и скидки к цене (за возврат ранее купленного товара, с учетом межкультурных коммуникаций, специальные).

1. **Список рекомендованной литературы**

**5.1. Основная литература:**

1. Слесаренко, Е. В. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов специальности 080101.65 «Экономическая безопасность» всех форм обучения / Е. В. Слесаренко; ФГБОУ ВПО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева», Каф. финансов и кредита. – Кемерово : Издательство КузГТУ, 2013. – 126 с.1 электрон. опт. диск (CD-ROM) – Доступна электронная версия: [http://library.kuzstu.ru/meto.php?n=91088&type=utchposob:common](http://library.kuzstu.ru/meto.php?n=91088&type=utchposob:common%20)

**5.2 Дополнительная литература:**

2. Салимжанов, И.К. Ценообразование: учебник / И.К. Салимжанов. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2010. – 302 с.

3. Лев, М.Ю. Ценообразование: учебник для студентов вузов / М.Ю. Лев.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.–719 с.

4. [Слесаренко,Е.В. Ценообразование [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов всех форм обучения по направлению 080100.62 «Экономика», профиль 080107 «Финансы и кредит» / ФГБОУ ВПО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева», Каф. финансов и кредита . - Кемерово, 2012. - 119 с.](http://library.kuzstu.ru/meto.php?n=90830&type=utchposob:common) <http://library.kuzstu.ru/meto.php?n=90830&type=utchposob:common>

5. Липсиц, И. В. Ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 368 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04843-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431752>

6. Ценообразование : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 437 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04530-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432141>

7. Липсиц, И. В. Ценообразование. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 336 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02867-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432980>.

**5.3. Интернет-ресурсы**

8.Справочная правовая система «КонсультантПлюс» - [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)

9.Справочная правовая система «Гарант» – [www.garant.ru](http://www.garant.ru)

Составитель

Лейбутина Евгения Владимировна

**ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

Программа курса и методические указания для самостоятельной

работы для студентов очной формы обучения

специальности 38.05.01 «Экономическая безопасность»,

специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности

Печатается в авторской редакции