

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

Направление подготовки/специальность: 38.03.01 Экономика

Наименование образовательной программы: Бухгалтерский учет, анализ и аудит

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очно-заочная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Ценообразование**

**Москва
2023**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Шуринова Е.В.
	Идентификатор	R5227b43f-ShurinovaYV-390efe14

Е.В.
Шуринова

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Сухарева Е.В.
	Идентификатор	R2bc266f4-SukharevaYevV-2948f94

Е.В. Сухарева

Заведующий
выпускающей
кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курдюкова Г.Н.
	Идентификатор	R6ab6dd0d-KurdiukovaGN-ca01d8d

Г.Н.
Курдюкова

ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки: достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ПК-4 Способен принимать участие в разработке финансовой политики компании
ИД-1 Принимает участие в организации и проведении работ по финансовому анализу и разработке управленческих финансовых решений

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Теоретические основы рыночного ценообразования (Тестирование)

Форма реализации: Письменная работа

1. Анализ влияния цен на финансовые результаты деятельности предприятия (Решение задач)
2. Государственное регулирование цен (Тестирование)
3. Принципы и методы определения рыночной цены товаров, работ, услуг (Контрольная работа)

Форма реализации: Устная форма

1. Приемы стратегического и тактического ценообразования (Коллоквиум)

БРС дисциплины

6 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5
	Срок КМ:	3	5	7	10	12
Теоретические основы рыночного ценообразования						
Ценообразование и характеристики рынка	+	+	+	+		
Система цен в экономике	+	+	+	+		
Анализ и оценка эластичности спроса	+			+	+	+
Методы сбора и обработки информации о поведении покупателей при изменении цен	+	+	+	+	+	
Государственное регулирование цен						
Методы государственного регулирования цен	+	+	+	+		

Вопросы ценообразования в Гражданском кодексе Российской Федерации	+	+	+	+	
Вопросы ценообразования в Налоговом кодексе Российской Федерации	+	+	+	+	
Приемы стратегического и тактического ценообразования					
Стратегия ценообразования	+		+	+	+
Тактика ценообразования	+	+	+	+	
Принципы и методы определения рыночной цены товаров, работ, услуг					
Методы затратного ценообразования	+	+	+	+	
Методы рыночного ценообразования	+	+	+	+	+
Ценообразование на конкурсные проекты	+	+	+	+	
Анализ влияния цен на финансовые результаты деятельности предприятия					
Анализ безубыточности решений в ценообразовании	+		+	+	+
Финансовый анализ решений в ценообразовании	+		+	+	+
Вес КМ:	20	20	20	20	20

\$Общая часть/Для промежуточной аттестации\$

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
ПК-4	ИД-1ПК-4 Принимает участие в организации и проведении работ по финансовому анализу и разработке управленческих финансовых решений	Знать: Теоретические основы ценовой политики и процесса ценообразования в компании Уметь: Собрать исходные данные, необходимые для разработки ценовой политики компании, и провести анализ Рассчитать и обосновать структуру и уровень цен на различные виды товаров (услуг) для принятия управленческих решений	Теоретические основы рыночного ценообразования (Тестирование) Государственное регулирование цен (Тестирование) Приемы стратегического и тактического ценообразования (Коллоквиум) Принципы и методы определения рыночной цены товаров, работ, услуг (Контрольная работа) Анализ влияния цен на финансовые результаты деятельности предприятия (Решение задач)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Теоретические основы рыночного ценообразования

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Тестирование проводится через СДО "Прометей". Тест содержит 20 вопросов. Время проведения - 60 минут

Краткое содержание задания:

Решите тесты, выбрав один или несколько вариантов правильных ответов

Контрольные вопросы/задания:

Знать: Теоретические основы ценовой политики и процесса ценообразования в компании	1. Через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Цена здесь выполняет функцию: а) учетно-измерительную; б) сбалансирования спроса и предложения; в) стимулирующую; г) информационную 2. Оптовая цена, установленная с учетом предусмотренного порядка возмещения транспортных расходов по доставке продукции заказчику а) цена «франко»; б) цена фактурная в) цена FOB г) цена CIF 3. В состав оптовой цены входят следующие элементы: а) себестоимость, налоги и прибыль б) оптовая цена предприятия-изготовителя и налоги в) оптовая (отпускная) цена изготовителя, снабженческо-сбытовая надбавка и торговая наценка г) отпускная цена изготовителя с учетом НДС и издержки посредника 4. Метод, когда сотрудники фирмы обходят розничные предприятия конкурентов и регистрируют цены, называется а) Дельфи-метод б) опрос продавцов в) непосредственное наблюдение г) мониторинг 5. К основным методам ценовых Интернет-исследований в настоящее время можно отнести: а) онлайн фокус-группа и электронное голосование б) панельные исследования в) опросы общественного мнения г) все выше перечисленные 6. Определите и назовите элементы розничной цены, если поставка товара осуществляется через посредника 1. себестоимость производства и реализации товара 2. прибыль предприятия-изготовителя 3. косвенные налоги
--	--

	4. оптовая цена изготовителя 5. оптовая отпускная цена 6. посреднические надбавки 7. оптовая цена закупки 8. издержки торговли 9. прибыль торговли 10. НДС торговли 11. торговая надбавка 7. В зависимости от обслуживаемой сферы цены делятся на а) Регулируемые. б) Розничные. в) Скользящие. г) Цены и товары грузового и пассажирского транспорта. 8. К ценообразующим факторам предложения относятся а) концентрация производства б) рост производительности труда в) технический прогресс г) затраты на производство д) все перечисленное верно е) все перечисленное неверно 9. Небольшое снижение цены на товар приводит к значительному росту выручки от продаж в случае: а) низкоэластичного спроса б) высокоэластичного спроса в) единичной эластичности г) положительной эластичности 10. Цена трансфертная – это: а) на рынке фондовых ценностей окончательная цена, на которую согласились покупатель и продавец б) цена реальной сделки купли-продажи, которая может изменяться на сумму транспортных и страховочных издержек в) цена, которая применяется корпорациями в сделке между подразделениями, филиалами или подконтрольными им фирмами г) официально установленная ставка (система ставок) налогообложения, сбора пошлин, плата за провоз, проезд; за пользование электроэнергией, газом, водоснабжение и т. п. 11. Торговая наценка включает в себя следующие составные элементы а) чистые издержки, связанные с торговлей б) чистые издержки обращения и налоги в) издержки торгового предприятия, связанные с торговлей, прибыль торгового предприятия и налоги г) издержки торгового предприятия, связанные с торговлей, дополнительные издержки по обслуживанию торговых операций в торговле 12. В международном контракте на поставку партии товара от продавца-экспортера покупателю-импортеру указано, что товар транспортируется морем и оговорено, что экспортер обязуется упаковать товар, доставить его в порт назначения, погрузить на судно и известить импортера о погрузке. Импортер, в свою очередь, оплачивает размещение груза на судне, и понесенные в случае повреждения или утраты товара, убытки. Какой вид международной цены предусматривает данные условия?
--	--

	а) ФОР; б) ФАС; в) ФАО; г) ДАФ; д) ФОБ. 13.К основным признакам рынка свободной конкуренции не относятся: а) Наличие большого числа производителей и покупателей товара, в результате доля каждой фирмы на рынке незначительна. б) Полная мобильность всех ресурсов, создающая легкость вступления на рынок и выхода из него. в) На рынке есть условия для свободного входа и выхода. Но могут существовать барьеры для входа в рынок, в качестве которых можно назвать лицензии, патенты, торговые марки. г) Информированность покупателей и продавцов о ситуации на рынке. Прозрачность рынка. 14.Трансфертные цены используются а) для оценки прибыльности подразделений б) с целью распределения ресурсов и прибылей внутри компании в) как инструмент планирования - регулируют внутрикорпоративные хозяйственные связи г) все перечисленное верно д) все перечисленное неверно 15.Если спрос эластичный, какова будет реакция покупателей на повышение цены а) Значительно увеличивают объем закупок б) Значительно снижают объем закупок в) Незначительно увеличивают объем закупок г) Незначительно снижают объем закупок
Уметь: Рассчитать и обосновать структуру и уровень цен на различные виды товаров (услуг) для принятия управленческих решений	1.Розничная цена ювелирного изделия 5600 рублей. Товар поставляется от производителя непосредственно в магазин. Торговая надбавка магазина составляет 25% к отпускной цене завода-изготовителя. Известно также, что завод-изготовитель делает наценку при реализации данного товара в размере 15%. Какой будет себестоимость ювелирного изделия для розничного продавца – ювелирного магазина, и для завода-изготовителя. а) 3570 рублей – для ювелирного магазина; 4200 рублей – для завода-изготовителя; б) для ювелирного магазина и завода-изготовителя себестоимость будет одинаковой – 3570 рублей; в) 3640 рублей – для завода-изготовителя; 4200 рублей – для ювелирного магазина; г) 3570 рублей - для завода-изготовителя; 4200 рублей – для ювелирного магазина; д) 4200 рублей – себестоимость ювелирного изделия для магазина и завода-изготовителя. 2.Магазин планирует продавать женское платье. В результате исследования рынка маркетологи пришли к выводу, что при цене 2 тыс.руб. магазин сможет продать 160 штук (выручка составит 320 тыс.руб.), а при цене 2,5 тыс.руб. – 120 штук (выручка 300 тыс.руб.). Определить коэффициент эластичности спроса по цене а) 1,65

	б) 2,65 в) 3,0 г) -2,0 3. Фермер реализует арбузы, информация об их ценах и объемах реализации представлена в таблице <table><tr><td>Показатель</td><td>Май</td><td>Июнь</td><td>Июль</td><td>Август</td><td>Сентябрь</td><td>Октябрь</td><td>Ноябрь</td></tr><tr><td>Объем продаж, т</td><td>1,5</td><td>2,8</td><td>5,5</td><td>6,2</td><td>5,4</td><td>2,2</td><td>0,8</td></tr><tr><td>Цена реализации за 1 т, руб.</td><td>100000</td><td>80000</td><td>50000</td><td>45000</td><td>40000</td><td>50000</td><td>70000</td></tr></table> а) 53688,5 руб. б) 63688,5 руб. в) 17827,9 руб. 4. Цены за прошлый период выросли на 30%, тарифы за услуги на 25%, при этом доля товаров в общих покупках населения составила 75%, а услуг – 25%. Определить, как в этих условиях изменилась покупательная способность рубля. а) снизилась на 20% б) снизилась на 22,3%. в) повысилась на 2%	Показатель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Объем продаж, т	1,5	2,8	5,5	6,2	5,4	2,2	0,8	Цена реализации за 1 т, руб.	100000	80000	50000	45000	40000	50000	70000
Показатель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь																		
Объем продаж, т	1,5	2,8	5,5	6,2	5,4	2,2	0,8																		
Цена реализации за 1 т, руб.	100000	80000	50000	45000	40000	50000	70000																		
Уметь: Собрать исходные данные, необходимые для разработки ценовой политики компании, и провести анализ	1. Обувная фирма заключила договор с оптовой базой на поставку партии женских босоножек по цене 2500 руб. за пару, включив в договор поставки оговорку о повышении цены в случае увеличения издержек на материалы и заработную плату. Определить повышение цены (в процентах) за время, прошедшее с момента подписания договора до фактической их поставки. Известно, что за этот период при изготовлении одной пары босоножек стоимость материалов увеличилась с 600 до 800 руб., размер заработной платы основных рабочих - с 80 до 100 руб. Необходимо учесть, что при определении цены доля материалов составляет 60% от цены, доля заработной платы – 20% от цены. а) Повышение цены составит 15% б) Повышение цены составит 25% в) Повышение цены составит 30%																								

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

Описание характеристики выполнения задания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения задания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-2. Государственное регулирование цен

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Работа выполняется во время аудиторных занятий индивидуально по вариантам. Время проведения - 20 минут

Краткое содержание задания:

Выбрать один или несколько правильных ответов. Ответить на контрольные вопросы

Контрольные вопросы/задания:

Знать: Теоретические основы ценовой политики и процесса ценообразования в компании	1.Какая цена считается рыночной согласно НК РФ? 2.При определении и признании рыночной цены товара, работы или услуги используются следующие источники информации: а) данные официальной статистики б) биржевые котировки в) цены контрактов г) данные отчетности предприятий 3.Товары признаются идентичными, если а) имеют сходные характеристики б) состоят из схожих элементов в) имеют одинаковые характерные для них основные признаки г) все перечисленное верно д) все перечисленное неверно 4.При невозможности определения соответствующих цен ввиду отсутствия либо недоступности информационных источников для определения рыночной цены используется метод: а) затратный б) цены последующей реализации в) метод сопоставимых рыночных цен г) метод сопоставимой рентабельности 5.В Гражданском кодексе Российской Федерации установлено, что изменение цены после заключения договора допускается в случаях и на условиях, предусмотренных договором, законом либо в установленном законом порядке. Какой принцип вытекает из данного положения? 6.Каков порядок изменения (пересмотра) цены, установленный Гражданским кодексом Российской Федерации, если в договоре предусмотрена возможность изменения цены, но способ не определен?
--	---

	6.Государство применяет следующие основные способы фиксации цен (возможны несколько вариантов ответов) а) замораживание цен б) запрет на демпинг в) запрет на недобросовестную ценовую рекламу г) использование прейскурантов 7.К методам прямого воздействия государства на цены относятся (возможны несколько вариантов ответов) а) Установление ставок акцизов б) Определение квот экспорта и импорта в) Регулирование налоговыми ставками, льготами, объектами налогообложения различных видов предпринимательской деятельности, позволяющее стимулировать производство нужной для государства и общества продукции г) Установление верхнего и нижнего предела цены 8.Перечислите административные методы государственного регулирования цен 9.Перечислите экономические методы государственного регулирования цен 10.Согласно НК РФ взаимозависимыми лицами признаются: а) организации в случае, если одна организация прямо и (или) косвенно участвует в другой организации и доля такого участия составляет более 25%; б) физическое лицо и организация в случае, если такое физическое лицо прямо и (или) косвенно участвует в такой организации и доля такого участия составляет более 5%; в) организации в случае, если одно и то же лицо прямо и (или) косвенно участвует в этих организациях и доля такого участия в каждой организации составляет менее 25 процентов; г) Все перечисленное верно д) Все перечисленное неверно
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-3. Приемы стратегического и тактического ценообразования

Формы реализации: Устная форма

Тип контрольного мероприятия: Коллоквиум

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольное мероприятие предполагает устный опрос студентов по вопросам раздела "Приемы стратегического и тактического ценообразования". Проводится во время аудиторных занятий. Время проведения - 90 минут

Краткое содержание задания:

Ответить на теоретические вопросы. Обсудить практические ситуации и принять решение

Контрольные вопросы/задания:

Знать: Теоретические основы ценовой политики и процесса ценообразования в компании	1.Какие структурные подразделения фирмы участвуют в разработке и реализации ценовой политики 2.Назовите основные цели ценовой политики фирмы 3.Перечислите основные этапы процесса формирования стратегии ценообразования и раскройте их содержание 4.Как влияет структура затрат и эластичность спроса по цене на выбор стратегии ценообразования 5.Какие показатели необходимо проанализировать, принимая решение о снижении цены товара (услуги) на одном из сегментов рынка 6.Приведите примеры применения стратегий конкурентного ценообразования на рынке жилья, на рынке образовательных услуг, на рынке продовольственных товаров 7.Приведите примеры применения стратегий дифференцированного ценообразования на рынке бытовой техники и электроники, на рынке канцелярских товаров 8.Какие тактические приемы ценообразования применяются компаниями? На какие группы можно их разделить. 9.Назовите основные виды скидок и условия их эффективного применения 10.Какие цели может преследовать применение надбавок?
Уметь: Рассчитать и обосновать структуру и уровень цен на различные виды товаров (услуг) для принятия управленческих	1.Товар реализуется на рынке в диапазоне цен от 700 до 1000 руб., так как присутствуют несколько производителей и продавцов с различным уровнем и структурной затрат. Максимальная цена, которую

решений	заплатят за товар покупатели -1000 руб. На поиск товара с самой низкой ценой (700 руб.) нужно затратить 1 час. Если потребитель не ищет товар, а покупает его у первого продавца, то может найти товар по 700 руб. при удачном стечении обстоятельств. Предположим, что возможные потери времени потребитель оценивает от нуля до 200 руб. в час. Какую стратегию должна выбрать компания-продавец, чтобы минимальная цена продаж составляла 700 руб.?
Уметь: Собрать исходные данные, необходимые для разработки ценовой политики компании, и провести анализ	1. На конкурентном рынке есть 4 компании - Альфа, Бета, Гамма, Дельта, каждая из которых выпускает 2000 ед. продукции. Фирма Альфа обладает большим опытом и квалификацией, средние затраты на единицу продукции минимальны и составляют 3750 руб. Цена единицы продукции на рынке - 5000 руб. Потребители чувствительны к уровню цены и мгновенно реагируют на ее изменение. Какую ценовую стратегию стоит выбрать компании Альфа? 2. Базовая цена товара фирмы-производителя - 1000 руб. Издержки производства составляют 800 руб. Планируемый объем продаж - 100 тыс. штук. Фирма ставит цель увеличить долю рынка, в связи с чем решает снизить цену на 100 руб. Коэффициент эластичности спроса по цене - 1,5. Рассмотрите последствия такого инициативного снижения цены, если соотношение между постоянными и переменными издержками составляет 20:80

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-4. Принципы и методы определения рыночной цены товаров, работ, услуг

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольная работа проводится во время аудиторных занятий индивидуально по вариантам. Время проведения - 45 минут

Краткое содержание задания:

Выбрать один или несколько правильных ответов. Ответить на контрольные вопросы.
Решить задачу

Контрольные вопросы/задания:

Знать: Теоретические основы ценовой политики и процесса ценообразования в компании	1.К методам затратного ценообразования относятся: а) метод удельной цены б) калькулирование по полным затратам в) агрегатный метод г) метод запечатанного конверта 2.Причины широкого распространения методов затратного ценообразования на практике а) доступность информации об издержках б) справедливость по отношению к участникам товарообменной операции в) наиболее точный расчет рыночной цены г) надежность информации 3.К параметрическим методам ценообразования относятся а) метод удельной цены б) метод целевой прибыли в) балльный метод г) индексный метод 4.Чем отличаются рыночные методы ценообразования от затратных? 5.От каких факторов зависит и как определяется общая ценность товара для покупателей 6.Как определяется цена контракта в условиях торгов?
Уметь: Рассчитать и обосновать структуру и уровень цен на различные виды товаров (услуг) для принятия управленческих решений	1.Решите задачу Определите цену на новую модель мини-трактора, если основными параметрами являются мощность двигателя и срок службы. Новая модель мощностью 24 л.с. имеет срок службы 10 лет. На рынке предлагается конкурентами аналогичный мини-трактор по цене 129300 руб., мощность которого 18 л.с., срок службы 12 лет. 2.Решите задачу и сделайте выводы Исходная цена товара фирмы 10 тыс. руб. Издержки производства – 8000 руб./ед. Планируемый объем продаж – 10 тыс. штук. Для увеличения доли рынка фирма решает снизить цену на 600 руб. Показатель эластичности спроса по цене – 1,5. Рассмотреть последствия снижения цены для фирмы, если

	соотношение между постоянными и переменными издержками составляет 70:30
Уметь: Собрать исходные данные, необходимые для разработки ценовой политики компании, и провести анализ	1.Разберите практическую ситуацию. Ответ обоснуйте расчетами. Торговая компания закупила холодильники по цене 20 тыс.руб. за штуку и стала продавать их по 30 тыс.руб. Однако в силу сезонного спада спроса с начала мая продажи практически прекратились. По оценкам маркетологов, реализовать остатки можно было лишь при снижении цены до 23 тыс.руб. Однако менеджеры фирмы отказались снижать цену и предпочли ждать подъема спроса, рассчитывая продать холодильники по цене 30 тыс.руб. Выгодно ли компании хранить этот товар на складе, ожидая восстановления спроса, как долго они могут себе это позволить, если действующая ставка по депозитам в банке в этот момент составляет 0,4% в месяц? 2.Решите задачу Фирма производит резиновые сапоги и реализует их по цене 1500 руб. за штуку, при этом удельные переменные затраты на единицу продукции составляют 800 руб., сумма ежемесячных постоянных затрат равна 420 тыс. руб. При каком объеме выпуска предприятие достигнет точки безубыточности? 4.Определить отпускную цену на новый автомобиль балловым методом при следующих условиях. Отпускная цена базового автомобиля составляет 1 000 000 руб. 3.Рассчитать начальную максимальную цену контракта. Определить однородность цены (коэффициент вариации) Бюджетное учреждение планирует осуществить закупку шести лазерных принтеров. По итогам проведения анализа рынка заказчик выявил конкретные модели, полностью соответствующие всем требованиям к продукции: Модель 1, Модель 2 и Модель 3. В реестре контрактов, заключенных заказчиками и размещенными на сайте госзакупок, была найдена ценовая информация о закупках выбранной заказчиком модели принтера. По результатам проведенного поиска заказчик выявил цены на идентичные товары: Модель 1 – 6990 руб.; Модель 2 – 4560 руб.; Модель 3 – 7335 руб. Заказчик посчитал применение корректирующих коэффициентов и индексов нецелесообразным, в этом случае используются значения, полученные из реестра контрактов.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто, выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-5. Анализ влияния цен на финансовые результаты деятельности предприятия

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Решение задач

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Работа выполняется во время аудиторных занятий письменно индивидуально по вариантам. Время проведения - 30 минут

Краткое содержание задания:

Решить задачи. Построить график или таблицу. Обосновать возможное управленческое решение

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: Собрать исходные данные, необходимые для разработки ценовой политики компании, и провести анализ	1. Составьте таблицу, постройте диаграмму безубыточности Цена товара составляет 20 тыс.руб., удельные переменные затраты - 15 тыс.руб. Необходимо рассмотреть последствия различных вариантов изменения цены от +20% до -20%, если известно, что любое увеличение цены и снижение на 5% потребует дополнительных постоянных затрат в размере 200 тыс.руб., снижение цены на 10% потребует дополнительных постоянных затрат в размере 500 тыс.руб., а снижение цены на 20% потребует дополнительных постоянных затрат в размере 1 млн.руб. 2. Сравните альтернативные варианты управленческого решения, ответ обоснуйте расчетами Магазин с текущим сбытом велосипедов в 400 ед. в неделю хочет определить, сколько единиц необходимо продать для поддержания текущей выручки, если цены на все марки велосипедов будут
---	--

	снижены на 5%. Определить количество товара, необходимое для безубыточной реализации. Подсчитать рубеж процентного увеличения объема продаж для каждой модели. На какую величину в процентах должен увеличиться объем продаж каждой модели велосипедов, если магазин захочет увеличить выручку на 25% путем снижения розничной цены? 3. Построить график модели безубыточности Торговая компания продает 1000 бутылок молока по цене 60 руб. за бутылку, переменные издержки на 1 бутылку составили 45 руб. Менеджер по продажам предлагает снизить цену на 10%. В каком случае следует принять данное предложение? При каких условиях при снижении цены на 10% прибыль компании сохранится на прежнем уровне? 4. Обосновать возможное управленческое решение Эластичность спроса от цен на продукцию предприятия равна 2,75. 1. Определить последствия снижения цены на 500 руб., если до этого снижения объем реализации составлял 1000 изделий по цене 17,5 тыс.руб., а общие затраты были равны 10000 тыс. руб. (в том числе постоянные — 2000 тыс. руб.) на весь объем производства. 2. Определить, выгодно ли предприятию снижение цены на 500 руб./ед., если уровень постоянных издержек составлял 50% от общих расходов. 5. Построить график модели безубыточности при выходе товара на новый рынок. Предприятие выходит на рынок с новым товаром. Удельные переменные затраты составляют 300 руб., постоянные затраты - 600 000 руб., цена товара - 900 руб. Объемы продаж в январе составят 500 изделий, каждый последующий месяц ожидается увеличение объемов продаж в 2 раза. Определить, когда предприятие достигнет точки безубыточности; когда оно сможет ожидать получения целевой прибыли в размере 600 000 руб. в месяц.
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 65

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется
если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется
если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Процедура проведения

Экзамен проводится в устной форме по билетам. Время на подготовку ответа - не более 60 минут. Время на ответ - не более 30 минут

1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины

1. Компетенция/Индикатор: ИД-1ПК-4 Принимает участие в организации и проведении работ по финансовому анализу и разработке управленческих финансовых решений

Вопросы, задания

1. Охарактеризуйте процесс ценообразования. Укажите внешние факторы ценообразования, раскройте их содержание
2. Раскройте особенности ценообразования на рынках различных типов
3. Методы государственного регулирования цен
4. Характеристика цен по стадиям движения товара. Структура цены
5. Эластичность спроса по цене, методы ее определения и учет в ценообразовании
6. Понятие, цели и инструменты ценовой политики фирмы
7. Стратегии ценообразования
8. Издержки и прибыль, их роль в формировании цен
9. Влияние внешних и внутренних факторов на увеличение и сокращение прибыли при изменении цен
10. Метод ценообразования на основе анализа безубыточности
11. Конкурентные методы ценообразования
12. Методы ценообразования, ориентированные на спрос
13. Виды скидок. Условия эффективного применения
14. Классификация источников и методов сбора информации для изучения поведения покупателей
15. Понятие и способы расчета рыночной цены для целей налогообложения
16. Дайте заключение о целесообразности (прибыльности) выпускаемого ассортимента продукции и рекомендации по его изменению, если это необходимо.
Фирма выпускает 5 видов продукции. Объем выпуска, цены и переменные затраты по видам продукции А-Д приведены в таблице. Сумма постоянных расходов составляет 41400руб. Задачу решите двумя методами (полной себестоимости и сокращенных затрат)

Показатели	Виды продукции				
	А	Б	В	Г	Д
Объем выпуска, шт	300	200	400	250	550
Цена реализации, руб.	150	160	115	195	160
Переменные расходы на весь выпуск, руб.	30000	24000	36000	40000	77000

17. Предприятие производит электроплиты, реализуя 400 плит в месяц по цене 25 тыс. руб. (без НДС). Переменные издержки 15 тыс.руб/шт., постоянные – 3500 тыс. руб. в месяц. Данные по производству плит, представлены в таблице

Показатель	На ед.продукции	%	Доля ед.
Цена реализации	25000	100	1

Переменные издержки	15000	60	0,6
Валовая маржа	10000	40	0,4

Определите, что произойдет с объемом реализации, если снизить цену до 20 тыс.руб. и одновременно довести расходы на рекламу до 1500 тыс. руб.

18.Предприятие устанавливает цену на новое изделие. Прогнозируемый годовой объем производства — 40000 ед., предполагаемые переменные затраты на единицу изделия — 35 руб. Общая сумма постоянных затрат — 700000 руб. Проект потребует дополнительного финансирования (кредита) в размере 1000000 руб. под 17% годовых. Рассчитать цену с применением метода рентабельности инвестиций

19.Определить последствия снижения цены на 500 руб., если до этого снижения объем реализации составлял 1000 изделий по цене 17,5 тыс.руб., а общие затраты были равны 10000 тыс. руб. (в том числе постоянные — 2000 тыс. руб.) на весь объем производства. Эластичность спроса по цене на продукцию предприятия равна 2,75.

20.Компания продает 1000 ед. товара по цене 1000 руб./ед. Переменные затраты составляют 700 тыс.руб., постоянные затраты – 200 тыс.руб. в месяц. Собственник хочет получить 30% рентабельности, а инвестор, вложивший 1 млн.руб. в оборудование, желает получать отдачу также 30%.

Рассчитать лучшую цену, используя методы полных затрат, прямых (сокращенных) затрат и рентабельности инвестиций.

Параметры	Исходный вариант	Методы прямых затрат	Метод полных затрат	Метод рентабельности инвестиций
Количество, ед.	1000	1000	1000	1000
Цена, руб.	1000			
Выручка, руб.				
Переменные затраты, руб.	700 000	700 000	700 000	700 000
Постоянные затраты, руб.	200 000	200 000	200 000	200 000
Маржинальный доход, руб.				
Прибыль, руб.				

Материалы для проверки остаточных знаний

1.Через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Цена здесь выполняет функцию

Ответы:

- а) учетно-измерительную;
- б) сбалансирования спроса и предложения
- в) стимулирующую;
- г) информационную;

Верный ответ: б) сбалансирования спроса и предложения;

2.Снижение цены на товар приведет к росту выручки от продаж в случае

Ответы:

- а) высокоэластичного спроса
- б) низкоэластичного спроса
- в) единичной эластичности
- г) положительной эластичности

Верный ответ: а) высокоэластичного спроса

3. Методы ценообразования, основанные на определении формализованной количественной зависимости между ценами и основными потребительскими свойствами продукции, входящей в параметрический ряд, это

Ответы:

- а) затратные методы
- б) параметрические методы
- в) методы ценообразования, ориентированные на спрос
- г) конкурентные методы

Верный ответ: б) параметрические методы

4. Укажите основные формы прямого вмешательства государства в процесс ценообразования

Ответы:

- а) Общее замораживание цен
- б) Льготное кредитование товаропроизводителей
- в) Установление фиксированных цен и тарифов
- г) Субсидирование цен

Верный ответ: а) Общее замораживание цен в) Установление фиксированных цен и тарифов

5. В соответствии с Налоговым кодексом РФ в состав затрат входят следующие элементы

Ответы:

- а) материальные расходы и расходы на оплату труда;
- б) только материальные расходы
- в) материальные расходы, расходы на оплату труда, суммы начисленной амортизации и прочие расходы
- г) прочие расходы

Верный ответ: в) материальные расходы, расходы на оплату труда, суммы начисленной амортизации и прочие расходы

6. Целью стратегии «высоких цен» является

Ответы:

- а) проникновение на рынок, увеличение доли рынка своего товара
- б) увеличение объема продаж
- в) получение сверхприбыли путем «снятия сливок»
- г) с целью дозагрузки производственных мощностей

Верный ответ: в) получение сверхприбыли путем «снятия сливок»

7. Если коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене больше нуля, то товары являются

Ответы:

- а) взаимозаменяемыми
- б) взаимодополняемыми
- в) независимыми
- г) нормальными

Верный ответ: а) взаимозаменяемыми

8. В состав оптовой цены входят следующие элементы

Ответы:

- а) себестоимость, налоги и прибыль
- б) оптовая цена предприятия-изготовителя и налоги
- в) оптовая (отпускная) цена изготовителя, снабженческо-сбытовая надбавка и торговая наценка
- г) отпускная цена изготовителя с учетом НДС и издержки посредника

Верный ответ: а) себестоимость, налоги и прибыль

9. Цены, установленные ниже издержек (или ниже, чем «издержки + средний уровень прибыли»)

Ответы:

- а) демпинговые
- б) цены распродажи
- в) цены завышенные
- г) рыночные

Верный ответ: а) демпинговые

10. По своей экономической сути налог на добавленную стоимость представляет собой

Ответы:

- а) Добавленную стоимость, предназначенную для возмещения издержек обращения
- б) Добавленная стоимость предприятия
- в) Косвенный налог на товары массового потребления, устанавливаемый государством
- г) Федеральный косвенный налог на товары и услуги, базой которого служит добавленная стоимость на каждой стадии производства и реализации товара

Верный ответ: г) Федеральный косвенный налог на товары и услуги, базой которого служит добавленная стоимость на каждой стадии производства и реализации товара

11. Предприятие изготавливает дрели и реализует их по цене 7000 руб. за штуку, при этом удельные переменные затраты на единицу продукции составляют 2500 руб., сумма ежемесячных постоянных затрат равна 112500 руб. При каком объеме выпуска предприятие достигнет точки безубыточности?

Ответы:

- а) более 25 штук
- б) более 30 штук
- в) более 35 штук

Верный ответ: а) более 25 штук

12. При цене товара 8000 руб./ед фирма реализует 100 ед. товара, а при цене 10 000 руб./ед – 60 единиц. Определить коэффициент эластичности спроса, выбрать вариант цены и обосновать выбор, если прямые затраты на производство товара составят 4000 руб./ед, а косвенные затраты – 250 000 руб. на весь объем производства

Ответы:

- а) 7000 руб
- б) 8000 руб.
- в) 9000 руб.
- г) 10000 руб.

Верный ответ: б) 8000 руб.

13. Рассчитайте, как изменятся цены на машиностроительную продукцию в прогнозном периоде. Известно, что в текущем периоде доля затрат на электроэнергию в цене продукции составляла 20%, доля затрат на оплату труда - 26%. В прогнозном периоде ожидается повышение тарифов на электроэнергию на 18%, ставки заработной платы вырастут на 15%.

Ответы:

- а) цена вырастет на 18%
- б) цена вырастет на 15%
- в) цена вырастет на 7,5%
- г) цена не изменится

Верный ответ: в) цена вырастет на 7,5%

14. Отпускная цена предприятия с НДС 1 метра ткани составила 500 руб., снабженческо-сбытовая надбавка - 20% к отпускной цене предприятия, торговая наценка - 15% к продажной цене оптового посредника. Какова розничная цена 1 метра ткани?

Ответы:

- а) 600 руб.
- б) 690 руб.
- в) 750 руб.

Верный ответ: б) 690 руб.

15. Определите среднюю хронологическую цену товара за полугодие.

Исходные данные о цене товара на начало каждого месяца (тыс. руб./т): январь - 48, февраль - 45, март - 43, апрель - 40, май - 46, июнь - 48.

Ответы:

а) 45,3 тыс.руб.

б) 53,3 тыс.руб.

в) 45,7 тыс.руб.

Верный ответ: а) 45,3 тыс.руб.

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно. на вопросы углубленного уровня

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Работа не выполнена или выполнена преимущественно неправильно

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Итоговая оценка по курсу определяется по результатам выполнения контрольных мероприятий текущего контроля и оценки за экзамен