

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение инклюзивного высшего образования  
**«Московский государственный  
гуманитарно-экономический университет»  
(ФГБОУ ИВО «МГГЭУ»)**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ОСВОЕНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ФТД.03 Цены и ценовая политика организации

образовательная программа направления подготовки 38.04.01 Экономика  
шифр, наименование

**Направленность (профиль)  
«Экономика предпринимательства»**

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Курс 1 семестр 2

Москва 2023

Методические рекомендации разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования направления 38.04.01 Экономика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 939 от «11» августа 2020 г.

Зарегистрировано в Минюсте России «26» августа 2020 г. № 59459.

Разработчик методических рекомендаций: к.э.н., доцент кафедры экономики и финансов МГГЭУ  
место работы, занимаемая должность

  
\_\_\_\_\_ подпись

Е.В. Трубачев  
И.О. Фамилия

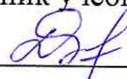
«23» марта 2023 г.  
Дата

Методические рекомендации утверждены на заседании кафедры экономики и финансов (протокол № 9 от «23» марта 2023 г.)

на заседании Учебно-методического совета МГГЭИ (протокол №3 от «26» апреля 2023 г.)

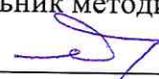
СОГЛАСОВАНО:

Начальник учебно-методического управления

 И.Г. Дмитриева

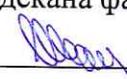
«26» апреля 2023 г.

Начальник методического отдела

 Д.Е. Гапеенок

«26» апреля 2023 г.

И.о.декана факультета

 М.М. Шайлиева

«26» апреля 2023 г.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

- 1. АННОТАЦИЯ/ВВЕДЕНИЕ**
- 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ЛЕКЦИЯМ**
- 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**
- 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ**

## АННОТАЦИЯ

Настоящие методические рекомендации разработаны для обучающихся 1 курса очной формы обучения с учетом ФГОС ВО и рабочей программы дисциплины «Цены и ценовая политика».

Цель изучения дисциплины «Цены и ценовая политика»: изучение методологических подходов к формированию и установлению цен на производимую продукцию (оказываемые услуги) в условиях современной экономики при принятии оперативных и стратегических решений, влияющих на бизнес с точки зрения получения дохода, проводимой политики государства и ее влиянии на предпринимательскую деятельность фирмы и механизм ценообразования.

Задачами изучения дисциплины являются:

- формирование у обучающихся представления об эволюции теории цены и использовании теории спроса и предложения в практическом ценообразовании;
- ознакомление обучающихся с функцией цены и использованием теории спроса и предложения в практическом ценообразовании;
- изучение особенностей формирования стратегий ценообразования и ценовой политики в деятельности субъектов предпринимательской деятельности;
- организация исследовательско-аналитической работы в области ценовой политики субъектов предпринимательской деятельности.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- виды организационно-управленческих решений, принципы их подготовки, методы принятия и особенности реализации;
- экономические и технологические условия функционирования субъектов предпринимательства, методы их анализа и стратегического управления;

*уметь:*

- разрабатывать и принимать обоснованные организационно-управленческие решения, организовывать их реализацию и осуществлять контроль за исполнением;
- составлять аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики субъектов предпринимательства и принятия стратегических решений в условиях неопределенности;

*владеть:*

- навыками принятия организационно-управленческих решений и методами оценки их эффективности;
- навыками стратегического управления субъектами предпринимательства, принятия стратегических решений и оценки их эффективности.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ЛЕКЦИЯМ

### Лекция 1 по теме 1: Содержание ценовой политики субъекта предпринимательской деятельности

Вопросы:

1. Стратегия ценообразования как элемент конкурентной стратегии компании.
2. Политика ценообразования и цели фирмы.
3. Внутренние и внешние факторы ценообразования.
4. Принципы многофакторного ценового анализа.
5. Ценовая политика и ценовая стратегия фирмы.
6. Определение целей ценовой политики компании.
7. Система факторов, определяющих ценовую политику компании.
8. Пассивное и активное ценообразование.
9. Инструменты ценовой политики компании.
10. Стратегия и тактика ценообразования.
11. Этапы ценообразования.
12. Архитектура ценообразования.
13. Управление ценовой политикой компании.
14. Основные подходы к ценообразованию.
15. Способы определения оптимального уровня цен.
16. Конкурентное ценообразование.
17. Система и критерии выбора метода ценообразования в условиях глобальной конкуренции.

Методические рекомендации:

1. Лекция проводится с применением интерактивных технологий (лекция-визуализация).
2. В процессе лекционного занятия необходимо обозначить цель дисциплины и прогнозируемые эффекты от ее освоения, определить междисциплинарные связи и осуществить мягкую точечную проверку уровня входных знаний студентов по дисциплине.
3. Распределение временного фонда учебного занятия должно включать в себя:  
а) преамбулу (цель занятия; краткая характеристика материала лекционного занятия; возможные области применения знаний, полученных в процессе участия в лекционном занятии) – 3-5 мин.; б) основную содержательную часть – 70-80 мин.; в) заключительную часть (подведение итогов занятия; задание на практическое(ие) и(или) лабораторное(ые) занятие(я) по теме(ам) лекционного занятия; анонс следующего лекционного занятия и рекомендации для подготовки к следующему лекционному занятию; ответы на вопросы аудитории – 5-15 мин.).

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. Алиев, А. Т. Теория, методология и практика ценообразования в промышленности : монография / А. Т. Алиев, В. Р. Веснин, В. А. Слепов. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 125 с. - ISBN 978-5-394-03701-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1449663>
2. Диалектика цены и концепция создания единой системы мониторинга процессов ценообразования в экономике : монография / А.В. Ковалев, Л.Н. Орлова, П.А. Домкин, С.М. Соколов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 189 с. : ил. — DOI 10.12737/1322485. - ISBN 978-5-16-014631-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1322485>
3. Новиков, А. И. Теория принятия решений и управление рисками в финансовой и налоговой сферах : учебное пособие / А. И. Новиков, Т. И. Солодкая. — 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 284 с. -

ISBN 978-5-394-03251-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093154>

4. Ценообразование : учебник / В. А. Слепов, Т. Е. Николаева, Е. С. Глазова [и др.] ; под ред. В. А. Слепова. - 3-е изд. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1063806>

5. Ценообразование : учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>

6. Экологическая ответственность и финансовая политика компании: методические аспекты анализа : монография / А.С. Макаров, И.Е. Хвостова, Е.В. Рябова, А.В. Ларин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 261 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1246521. - ISBN 978-5-16-016853-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1246521>

## **Лекция 2 по теме 2: Ценовая политика внешнеэкономической деятельности**

Вопросы:

1. Понятия внешней торговли.
2. Особенности формирования цены на экспортируемую и импортируемую продукцию.
3. Составные элементы внешнеторгового контракта.
4. Единица измерения цены.
5. Базис цены.
6. Валюта цены.
7. Способы фиксации цены.
8. Расчетная цена на нестандартное оборудование.
9. Таможенные платежи, тарифы и тарифные льготы.
10. Классификация таможенных пошлин.
11. Таможенная стоимость ввозимых и вывозимых товаров.
12. Методы определения таможенной стоимости ввозимых товаров.
13. Пределы цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.

Методические рекомендации:

1. Лекция проводится с применением интерактивных технологий (лекция-диалог).
2. В процессе лекционного занятия необходимо определить междисциплинарные связи и осуществить точечную проверку уровня входных знаний студентов по теме занятия.
3. Распределение временного фонда учебного занятия должно включать в себя: а) преамбулу (цель занятия; краткая характеристика материала лекционного занятия; возможные области применения знаний, полученных в процессе участия в лекционном занятии) – 3-5 мин.; б) основную содержательную часть – 70-80 мин.; в) заключительную часть (подведение итогов занятия; задание на практическое(ие) и(или) лабораторное(ые) занятие(я) по теме(ам) лекционного занятия; анонс следующего лекционного занятия и рекомендации для подготовки к следующему лекционному занятию; ответы на вопросы аудитории – 5-15 мин.).

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. Алиев, А. Т. Теория, методология и практика ценообразования в промышленности : монография / А. Т. Алиев, В. Р. Веснин, В. А. Слепов. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 125 с. - ISBN 978-5-394-03701-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1449663>

2. Диалектика цены и концепция создания единой системы мониторинга

процессов ценообразования в экономике : монография / А.В. Ковалев, Л.Н. Орлова, П.А. Домкин, С.М. Соколов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 189 с. : ил. — DOI 10.12737/1322485. - ISBN 978-5-16-014631-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1322485>

3. Новиков, А. И. Теория принятия решений и управление рисками в финансовой и налоговой сферах : учебное пособие / А. И. Новиков, Т. И. Солодкая. — 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 284 с. - ISBN 978-5-394-03251-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093154>

4. Ценообразование : учебник / В. А. Слепов, Т. Е. Николаева, Е. С. Глазова [и др.] ; под ред. В. А. Слепова. - 3-е изд. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1063806>

5. Ценообразование : учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>

6. Экологическая ответственность и финансовая политика компании: методические аспекты анализа : монография / А.С. Макаров, И.Е. Хвостова, Е.В. Рябова, А.В. Ларин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 261 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1246521. - ISBN 978-5-16-016853-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1246521>

### **Лекция 3 по теме 3: Отраслевые особенности ценообразования**

Вопросы:

1. Роль России в международной торговле энергоносителями.
2. Факторы, воздействующие на уровень цен нефтяных компаний.
3. Методы формирования цены в отрасли.
4. Государственное регулирование цен на энергоносители в РФ.
5. Экспортные пошлины на вывоз нефти и нефтепродуктов.
6. Нетарифные методы регулирования цены.
7. Переход к дифференцированным оптовым ценам промышленности на газ.

Методические рекомендации:

1. Лекция проводится с применением традиционных технологий (обзорная лекция).
2. В процессе лекционного занятия необходимо определить междисциплинарные связи и осуществить точечную проверку уровня входных знаний студентов по теме занятия.
3. Распределение временного фонда учебного занятия должно включать в себя: а) преамбулу (цель занятия; краткая характеристика материала лекционного занятия; возможные области применения знаний, полученных в процессе участия в лекционном занятии) – 3-5 мин.; б) основную содержательную часть – 70-80 мин.; в) заключительную часть (подведение итогов занятия; задание на практическое(ие) и(или) лабораторное(ые) занятие(я) по теме(ам) лекционного занятия; анонс следующего лекционного занятия и рекомендации для подготовки к следующему лекционному занятию; ответы на вопросы аудитории – 5-15 мин.).

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. Алиев, А. Т. Теория, методология и практика ценообразования в промышленности : монография / А. Т. Алиев, В. Р. Веснин, В. А. Слепов. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 125 с. - ISBN 978-5-394-03701-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1449663>

2. Диалектика цены и концепция создания единой системы мониторинга

процессов ценообразования в экономике : монография / А.В. Ковалев, Л.Н. Орлова, П.А. Домкин, С.М. Соколов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 189 с. : ил. — DOI 10.12737/1322485. - ISBN 978-5-16-014631-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1322485>

3. Новиков, А. И. Теория принятия решений и управление рисками в финансовой и налоговой сферах : учебное пособие / А. И. Новиков, Т. И. Солодкая. — 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 284 с. - ISBN 978-5-394-03251-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093154>

4. Ценообразование : учебник / В. А. Слепов, Т. Е. Николаева, Е. С. Глазова [и др.] ; под ред. В. А. Слепова. - 3-е изд. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1063806>

5. Ценообразование : учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>

6. Экологическая ответственность и финансовая политика компании: методические аспекты анализа : монография / А.С. Макаров, И.Е. Хвостова, Е.В. Рябова, А.В. Ларин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 261 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1246521. - ISBN 978-5-16-016853-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1246521>

#### **Лекция 4 по теме 4: Прикладные аспекты ценообразования в современной экономике**

Вопросы:

1. Влияние фактора «время» на цену товара.
2. Распродажа товара Форма учета фактора «время» в ценах.
3. Особенности формирования цены на товары во время распродажи.
4. Преимущества и недостатки адаптации цен во времени.
5. Влияние ценообразования с учетом фактора времени на динамику объема продаж.

Методические рекомендации:

1. Лекция проводится с применением традиционных технологий (обзорная лекция).
2. В процессе лекционного занятия необходимо определить междисциплинарные связи и осуществить точечную проверку уровня входных знаний студентов по теме занятия.
3. Распределение временного фонда учебного занятия должно включать в себя: а) преамбулу (цель занятия; краткая характеристика материала лекционного занятия; возможные области применения знаний, полученных в процессе участия в лекционном занятии) – 3-5 мин.; б) основную содержательную часть – 70-80 мин.; в) заключительную часть (подведение итогов занятия; задание на практическое(ие) и(или) лабораторное(ые) занятие(я) по теме(ам) лекционного занятия; ответы на вопросы аудитории – 5-15 мин.).

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. Алиев, А. Т. Теория, методология и практика ценообразования в промышленности : монография / А. Т. Алиев, В. Р. Веснин, В. А. Слепов. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 125 с. - ISBN 978-5-394-03701-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1449663>

2. Диалектика цены и концепция создания единой системы мониторинга процессов ценообразования в экономике : монография / А.В. Ковалев, Л.Н. Орлова, П.А. Домкин, С.М. Соколов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 189 с. : ил. — DOI

10.12737/1322485. - ISBN 978-5-16-014631-7. - Текст : электронный. - URL:  
<https://znanium.com/catalog/product/1322485>

3. Новиков, А. И. Теория принятия решений и управление рисками в финансовой и налоговой сферах : учебное пособие / А. И. Новиков, Т. И. Солодкая. — 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 284 с. - ISBN 978-5-394-03251-6. - Текст : электронный. - URL:  
<https://znanium.com/catalog/product/1093154>

4. Ценообразование : учебник / В. А. Слепов, Т. Е. Николаева, Е. С. Глазова [и др.] ; под ред. В. А. Слепова. - 3-е изд. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL:  
<https://znanium.com/catalog/product/1063806>

5. Ценообразование : учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL:  
<https://znanium.com/catalog/product/1840489>

6. Экологическая ответственность и финансовая политика компании: методические аспекты анализа : монография / А.С. Макаров, И.Е. Хвостова, Е.В. Рябова, А.В. Ларин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 261 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1246521. - ISBN 978-5-16-016853-1. - Текст : электронный. - URL:  
<https://znanium.com/catalog/product/1246521>

## МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

### Практическое занятие 1 по теме 1: Содержание ценовой политики субъекта предпринимательской деятельности

Вопросы к опросу:

1. Стратегия ценообразования как элемент конкурентной стратегии компании.
2. Политика ценообразования и цели фирмы.
3. Внутренние и внешние факторы ценообразования.
4. Принципы многофакторного ценового анализа.
5. Ценовая политика и ценовая стратегия фирмы.
6. Определение целей ценовой политики компании.
7. Система факторов, определяющих ценовую политику компании.
8. Пассивное и активное ценообразование.
9. Инструменты ценовой политики компании.
10. Стратегия и тактика ценообразования.
11. Этапы ценообразования.
12. Архитектура ценообразования.
13. Управление ценовой политикой компании.
14. Основные подходы к ценообразованию.
15. Способы определения оптимального уровня цен.
16. Конкурентное ценообразование.
17. Система и критерии выбора метода ценообразования в условиях глобальной конкуренции.

Вопросы к подготовке к дискуссии:

1. Приоритеты и цели современных техник и стратегий ценообразования.
2. Особенности ценовой политики субъектов предпринимательской деятельности-резидентов российской экономики.
3. Оценка соответствия ценовой политики фирмы глобальным целям участников бизнеса.

Методические рекомендации:

1. Занятие проводится с применением традиционных и интерактивных технологий (опрос, тестирование, дискуссия).
2. В процессе практического занятия необходимо обозначить цель дисциплины и прогнозируемые эффекты от ее освоения, определить междисциплинарные связи и осуществить проверку уровня входных знаний студентов по теме.
3. Распределение временного фонда учебного занятия должно включать в себя:  
а) преамбулу (цель занятия; краткая характеристика материала практического занятия; возможные области применения знаний, полученных в процессе участия в практическом занятии) – 3-5 мин.; б) основную содержательную часть – 70-80 мин.; в) заключительную часть (подведение итогов занятия; задание на следующее практическое(ие) и(или) лабораторное(ые) занятие(я) по дисциплине; анонс следующего практического занятия и рекомендации для подготовки к следующему практическому занятию; ответы на вопросы аудитории – 5-15 мин.).

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. Алиев, А. Т. Теория, методология и практика ценообразования в промышленности : монография / А. Т. Алиев, В. Р. Веснин, В. А. Слепов. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 125 с. - ISBN 978-5-394-03701-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1449663>
2. Диалектика цены и концепция создания единой системы мониторинга процессов ценообразования в экономике : монография / А.В. Ковалев, Л.Н. Орлова, П.А.

Домкин, С.М. Соколов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 189 с. : ил. — DOI 10.12737/1322485. - ISBN 978-5-16-014631-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1322485>

3. Новиков, А. И. Теория принятия решений и управление рисками в финансовой и налоговой сферах : учебное пособие / А. И. Новиков, Т. И. Солодкая. — 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 284 с. - ISBN 978-5-394-03251-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093154>

4. Ценообразование : учебник / В. А. Слепов, Т. Е. Николаева, Е. С. Глазова [и др.] ; под ред. В. А. Слепова. - 3-е изд. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1063806>

5. Ценообразование : учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>

6. Экологическая ответственность и финансовая политика компании: методические аспекты анализа : монография / А.С. Макаров, И.Е. Хвостова, Е.В. Рябова, А.В. Ларин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 261 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1246521. - ISBN 978-5-16-016853-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1246521>

## **Практическое занятие 2 по теме 2: Ценовая политика внешнеэкономической деятельности**

Вопросы к опросу:

1. Понятия внешней торговли.
2. Особенности формирования цены на экспортируемую и импортируемую продукцию.
3. Составные элементы внешнеторгового контракта.
4. Единица измерения цены.
5. Базис цены.
6. Валюта цены.
7. Способы фиксации цены.
8. Расчетная цена на нестандартное оборудование.
9. Таможенные платежи, тарифы и тарифные льготы.
10. Классификация таможенных пошлин.
11. Таможенная стоимость ввозимых и вывозимых товаров.
12. Методы определения таможенной стоимости ввозимых товаров.
13. Пределы цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.

Методические рекомендации:

1. Занятие проводится с применением традиционных технологий (опрос, тестирование).
2. В процессе практического занятия необходимо обозначить цель занятия и прогнозируемые эффекты от его освоения, определить междисциплинарные связи и осуществить проверку уровня входных знаний студентов по теме.
3. Распределение временного фонда учебного занятия должно включать в себя: а) преамбулу (цель занятия; краткая характеристика материала практического занятия; возможные области применения знаний, полученных в процессе участия в практическом занятии) – 3-5 мин.; б) основную содержательную часть – 70-80 мин.; в) заключительную часть (подведение итогов занятия; задание на следующее практическое(ие) и(или) лабораторное(ые) занятие(я) по дисциплине; анонс следующего практического занятия и рекомендации для подготовки к следующему практическому занятию; ответы на вопросы

аудитории – 5-15 мин.).

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. Алиев, А. Т. Теория, методология и практика ценообразования в промышленности : монография / А. Т. Алиев, В. Р. Веснин, В. А. Слепов. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 125 с. - ISBN 978-5-394-03701-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1449663>
2. Диалектика цены и концепция создания единой системы мониторинга процессов ценообразования в экономике : монография / А.В. Ковалев, Л.Н. Орлова, П.А. Домкин, С.М. Соколов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 189 с. : ил. — DOI 10.12737/1322485. - ISBN 978-5-16-014631-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1322485>
3. Новиков, А. И. Теория принятия решений и управление рисками в финансовой и налоговой сферах : учебное пособие / А. И. Новиков, Т. И. Солодкая. — 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 284 с. - ISBN 978-5-394-03251-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093154>
4. Ценообразование : учебник / В. А. Слепов, Т. Е. Николаева, Е. С. Глазова [и др.] ; под ред. В. А. Слепова. - 3-е изд. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1063806>
5. Ценообразование : учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>
6. Экологическая ответственность и финансовая политика компании: методические аспекты анализа : монография / А.С. Макаров, И.Е. Хвостова, Е.В. Рябова, А.В. Ларин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 261 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1246521. - ISBN 978-5-16-016853-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1246521>

### **Практическое занятие 3 по теме 3: Отраслевые особенности ценообразования**

Вопросы к опросу:

1. Роль России в международной торговле энергоносителями.
2. Факторы, воздействующие на уровень цен нефтяных компаний.
3. Методы формирования цены в отрасли.
4. Государственное регулирование цен на энергоносители в РФ.
5. Экспортные пошлины на вывоз нефти и нефтепродуктов.
6. Нетарифные методы регулирования цены.
7. Переход к дифференцированным оптовым ценам промышленности на газ.

Кейс-задание:

Кейс: ассортимент, бренды и ценовая политика

Очевидно, что компания New Age теряет два направления бизнес-возможностей: 1) негазированная вода; 2) тара больших емкостей (5 л).

Нужно исследовать ожидаемую прибыльность освоения этих двух направлений. Следует обратить внимание, что для оценки ожидаемой прибыльности необходимо получить информацию об ожидаемых затратах на освоение, доли постоянных и переменных затрат в общих затратах и ожидаемой себестоимости и прибыльности новых направлений.

Тем не менее относительно негазированной воды на основании той информации, которая уже имеется, можно сделать ряд предположений, а именно:

- затраты на освоение равны нулю (иными словами, предприятие может

«сходу», без затрат, переориентировать часть мощностей на выпуск негазированной воды;

– половина производственных мощностей будет переведена на производство негазированной воды, при этом New Age сразу займет соответствующую долю рынка негазированной воды (т. е. спрос будет отвечать предложению);

– в дальнейшем (в течение следующего года) доли рынка не изменятся, т. е. производство как газировки, так и негазированной воды New Age будет расти параллельно с соответствующими рынками;

– затраты и прибыль на производство газировки и негазированной воды не отличаются (или отличаются незначительно).

Как видно из таблиц, отражающих развитие ситуации с потреблением, наиболее быстрыми темпами растет потребление негазированной воды в упаковке по 5 л и более.

В следующем году 35 % городского населения (рост +9,3 %) будут пить негазированную воду, а рост категории ожидается на уровне +25 %. Также видно, что сегодня из лидеров только Polar Spring предлагает большой ассортимент продукции. Именно за счет этого компания смогла подняться на второе место в 2005 году с четвертого-пятого – в 2004 году.

В связи с тем, что сегодня мы предлагаем всего шесть ассортиментных позиций (0,5 л, 1л, 1,5 л двух степеней газации), один из наиболее действенных способов увеличения потребления существующих покупателей нашей воды – предложение новых продуктов. Мы начнем выпуск негазированной воды в больших емкостях для домашнего потребления (питье и приготовление пищи).

Пока мы не готовы производить доставку воды по домам, поэтому не будем развивать выпуск 20-литровых бутылей с доставкой.

Итак, мы увидели, что наибольшим спросом пользуются «брендированные» (и дорогие) воды. Косвенно это легитимизируется тем утверждением, что обеспеченность населения нормальная, и оно может позволить себе покупать практически любые продукты питания.

«Курортная» вода сравнительно дешевая, и за брендом могла уже успеть закрепиться ассоциация с низкой ценой. Ввиду всего выше сказанного, это не особенно удачно. Однако терять «дешевый» сегмент рынка тоже не хочется, да и создание и продвижение нового бренда требует затрат.

Из этой ситуации возможен следующий выход: создание нового, относительно «дорогого» по цене бренда наряду с существующим и его отдельное продвижение.

Методические рекомендации:

1. Занятие проводится с применением традиционных и интерактивных технологий (опрос, тестирование, кейс-задание).

2. В процессе практического занятия необходимо обозначить цель занятия и прогнозируемые эффекты от его освоения, определить междисциплинарные связи и осуществить проверку уровня входных знаний студентов по теме.

3. Занятие направлено на практическую подготовку, поэтому в процессе проведения занятия особое внимание должно быть обращено на возможности использования отработываемых техник в будущей профессиональной деятельности студента.

4. Распределение временного фонда учебного занятия должно включать в себя: а) преамбулу (цель занятия; краткая характеристика материала практического занятия; возможные области применения знаний, полученных в процессе участия в практическом занятии) – 3-5 мин.; б) основную содержательную часть – 70-80 мин.; в) заключительную часть (подведение итогов занятия; задание на следующее практическое(ие) и(или) лабораторное(ые) занятие(я) по дисциплине; анонс следующего практического занятия и рекомендации для подготовки к следующему практическому занятию; ответы на вопросы аудитории – 5-15 мин.).

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. Алиев, А. Т. Теория, методология и практика ценообразования в промышленности : монография / А. Т. Алиев, В. Р. Веснин, В. А. Слепов. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 125 с. - ISBN 978-5-394-03701-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1449663>
2. Диалектика цены и концепция создания единой системы мониторинга процессов ценообразования в экономике : монография / А.В. Ковалев, Л.Н. Орлова, П.А. Домкин, С.М. Соколов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 189 с. : ил. — DOI 10.12737/1322485. - ISBN 978-5-16-014631-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1322485>
3. Новиков, А. И. Теория принятия решений и управление рисками в финансовой и налоговой сферах : учебное пособие / А. И. Новиков, Т. И. Солодкая. — 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 284 с. - ISBN 978-5-394-03251-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093154>
4. Ценообразование : учебник / В. А. Слепов, Т. Е. Николаева, Е. С. Глазова [и др.] ; под ред. В. А. Слепова. - 3-е изд. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1063806>
5. Ценообразование : учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>
6. Экологическая ответственность и финансовая политика компании: методические аспекты анализа : монография / А.С. Макаров, И.Е. Хвостова, Е.В. Рябова, А.В. Ларин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 261 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1246521. - ISBN 978-5-16-016853-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1246521>

#### **Практическое занятие 4 по теме 4: Прикладные аспекты ценообразования в современной экономике**

Вопросы к опросу:

1. Влияние фактора «время» на цену товара.
2. Распродажа товара Форма учета фактора «время» в ценах.
3. Особенности формирования цены на товары во время распродажи.
4. Преимущества и недостатки адаптации цен во времени.
5. Влияние ценообразования с учетом фактора времени на динамику объема продаж.

Кейс-задание:

Задача

Сеть супермаркетов (далее – Сеть). Имеется управляющая компания с центральным офисом в Москве и два региональных офиса в Петербурге и Твери. Супермаркеты имеют торговую площадь от 600 до 3000 кв. м. В среднем по магазину выручка составляет около 35 млн. рублей в месяц. Каждый день Сеть посещают 38 тыс. чел. Число магазинов увеличилось до 50.

Позиционирование

Супермаркеты торгуют продовольственными (80%) и непродовольственными (20%) товарами. Ассортимент в среднем составляет 12-18 тыс. наименований, однако на больших площадях достигает 30 тыс. наименований.

Большой популярностью пользуется продукция собственного производства: кулинария, салаты, кондитерские изделия и, в особенности, выпечка. Собственное производство не только способствует повышению имиджа компании и позиционированию

Сети как супермаркетов с большим набором услуг, но и дает высокую рентабельность, несмотря на начальные высокие затраты при открытии цехов.

Основная идея продвижения услуг компании – «Магазин рядом с домом». Большинство магазинов расположено в «спальных» районах, причем в микрорайонах с интенсивной жилой застройкой. Три супермаркета, открытые на территории торговых центров, нацелены также на привлечение покупателей этих торговых центров, которые специально приезжают туда за покупками. Эта же тенденция сохранится и в Петербурге, где четыре открывающиеся магазина будут расположены в зданиях торговых комплексов. Таким образом, Сеть имеет два типа супермаркетов, сходных по площади, но различающихся по целевым группам покупателей: «магазин рядом с домом» и «торговый центр». В сети регулярно проводятся собственные дисконтные программы, а также акция по стимулированию продаж, в частности акция по снижению цен «Суперцена», в которой участвуют ведущие поставщики.

#### Характеристика бизнеса

Сеть является холдинговой структурой, состоящей из двух основных юридических лиц, обеспечивающих бизнес компании. Функции компаний различны. Одна обеспечивает всю деятельность, связанную с инвестициями, недвижимостью, оборудованием и сдачей магазинов «под ключ». Все торговые точки входят в другую, управляющую, компанию в качестве подразделений. Торговый бизнес является централизованным. Управление ведется из московского офиса. Региональные офисы имеют статус филиала с выделенным балансом, но без образования юридического лица. Число сотрудников около 3 тыс. чел., из них – 200 чел. являются офисными сотрудниками, в т.ч. в офисах филиалов.

#### Стратегия Сети

Основными стратегическими целями Сети являются:

- качество во всем, понятое как удовлетворенность покупателей ассортиментом и качеством обслуживания;
- использование передовых технологий в сфере торговли;
- рост профессионализма сотрудников всех уровней;
- сохранение и поддержание положительной репутации компании и среди покупателей, и среди партнеров по бизнесу.

Стратегической маркетинговой целью компании является образовать сообщество лояльных потребителей среднего класса и предложить ему разнообразный сервис и комфорт при покупке, а также внедрить культуру потребления «все-в-одном-месте» (one-stop shop). В практических терминах формирование такого сообщества означает привлечение и удержание покупателей с доходом «средний +», которые по терминологии западных рейтинговых агентств, в том числе Gallup, по уровню среднедушевого дохода относятся к категории В и С.

#### Целевая аудитория покупателей Сети

Целевой покупательской аудиторией супермаркетов являются активные, высокообразованные люди молодого и среднего возраста (25-45 лет), ориентированные на «западное» качество жизни и большой размер потребительской корзины. Как правило, они имеют автомашины и достаточно мобильны. Эта целевая аудитория может быть условно поделена две целевых группы: «работающие хозяйки» и «холостяки с машиной». Одна целевая группа может быть охарактеризована как «работающие хозяйки». Это замужние женщины возраста 25-45 лет, имеющие состав семьи 3-4 человека, в том числе 1-2 детей, и среднедушевой доход в пределах 200-500 долларов США. Они совершают покупки 3-4 раза в неделю после работы и в выходные дни. В данной группе решение о выборе места покупки принимает, как правило, жена. Эта группа чувствительна к стабильности ассортимента и расположению торговой точки поблизости от места жительства. Именно для этой группы реализуется формат «Магазин рядом с домом». По данным маркетингового исследования, эту целевую группу привлекают качество продукции, развлечение и комфорт при покупке (shopping therapy) и стабильный

ассортимент по доступным ценам. Это означает, что ценовой фактор, в отличие от покупателей дешевых магазинов - дискаунтеров и оптовых продовольственных рынков, для этой группы не является решающим, но очень важен. Другая целевая группа получила условное название «холостяки с машиной». При определении «холостяк» имелось в виду, что эти покупатели имеют меньше устойчивых семейных связей и ведут более независимый и активный образ жизни. Эта группа в целом моложе предыдущей (20-35 лет), имеет большой доход (300-1000 долларов США), в ней преобладают мужчины, которые принимают решение о выборе места покупки. Их в первую очередь интересует удобство, экономия времени (как в момент совершения покупки, так и дома – мотивация покупки полуфабрикатов), технологичность и западный стандарт обслуживания.

Эта группа, в силу мобильности и достаточно высокого дохода, еще менее чувствительна к ценам, чем первая. Они могут в равной степени быть покупателями в «Магазине рядом с домом» и в «Торговом центре». Реализация ценовой стратегии Супермаркеты имеют ассортимент 12-25 тыс. наименований (80% продукты, 20% сопутствующие товары). Выдерживается средний (по району) ценовой диапазон при постоянных низких ценах на 20-30 товаров, пользующихся постоянным спросом. Развивается собственное производство: почти в каждом магазине есть своя пекарня, оборудования для подогрева готовых блюд (т.наз. «горячий стол»). Самообслуживание сочетается с прилавками для дорогих сыров, мясной гастрономии и изделий собственного производства. В Сети регулярно проводятся акции для повышения лояльности покупателей, бонусные программы. Технологически трудоемкой и не всегда выгодной программой является акция резкого снижения цен на 15-20%, так называемая «Суперцена». Считается, что таким образом формируется лояльность покупателей к Сети, хотя реальный эффект таких акций сложно просчитать из-за несовершенства информационной системы и небольшого (в терминах мировой практики) опыта московских сетей. Цели деятельности компании Цели деятельности компании, которые влияют на ценовую стратегию, следующие. 1. В Москве - это максимизация сбыта путем отслеживания конкурентного рынка. Под максимизацией сбыта в розничной сети понимается выручка от продаж и достижение плановых показателей валовой прибыли как по товарным категориям, так и по профит-центрам, которыми являются супермаркеты. Учитывая возрастающий уровень конкуренции на продуктовом розничном рынке Москвы, обычный способ достижения максимальной выручки и маржи путем установления высоких торговых наценок уже не дает тех результатов, которые были характерны для 2000-х годов. Другой способ - резкое снижение цен почти до уровня себестоимости, которое применяют некоторые западные сети в момент вхождения на рынок. В продуктовой рознице наиболее яркий пример – это маркетинговая кампания «Удар по ценам», проведенная гипермаркетом Auchan. Агрессивная маркетинговая политика французского игрока вызвала негативную реакцию российских ритейлеров, упрекавших Auchan в использовании демпинга, а Правительство Москвы – в создании неравноправных конкурентных условий для «иностранцев» и «наших». Очевидно, что Auchan может позволить себе использовать подобную ценовую стратегию вхождения на новый рынок, тогда как для сети, имеющей обороты в сотню раз меньше, такая стратегия будет губительной. 2. В регионах это стратегия «снятия сливок» при открытии магазинов. Опыт открытия супермаркета в Твери показал, что в этом областном центре с населением около 500 тыс. чел. имеется 10-15% населения с доходами, потребностями и установками, соответствующими указанной выше целевой аудитории. Поэтому ценовая стратегия была направлена на установление цен более высоких по отношению к местным торговцам. Цены на товары повседневного спроса равнялись ценам в московских магазинах в благополучных районах, таких как Новые Черемушки и Фили. На деликатесы и товары, которые не представлены в местных магазинах, цены были поставлены на 5-10% выше, чем в Москве. При этом был сделан акцент на новый («западный»), необычный и комфортный формат магазина. Продажи демонстрируют положительную тенденцию

роста, сравнимую с наиболее рентабельными московскими магазинами Сети. Методы ценообразования В качестве отправных данных для формирования розничной цены на товарную позицию являются три показателя: 1. закупочная цена поставщика; 2. установленный процент валовой маржи по данной товарной группе; 3. данные мониторинга цен на данную позицию в магазинах конкурентов в районе расположения супермаркета Сети.

Конкурентами Сети являются:

- лидеры рынка;
- сети Перекресток, Седьмой Континент;
- сходные по оборотам, размеру и целевой группе сети;
- местные универсамы «по папе» торговой площадью от 400 до 1500 кв.м;
- «цивилизованные» оптовые рынки, где покупателей привлекает широкий и недорогой ассортимент.

Основными методами ценообразования являются метод потребительской оценки и метод следования за лидером рынка. Метод потребительской оценки заключается в том, что на товар устанавливается цена, на 3-5% превышающая цену на этот товар или прямой заместитель в близлежащих дискаунтерах, локальных магазинах 100-300 кв. м. площади и на оптовых рынках района. Покупатель доплачивает за комфорт при совершении покупки, широкий ассортимент и возможность сделать все покупки в одном месте или воспользоваться дополнительной услугой. Например, с декабря покупатели Сети получили возможность оплачивать услуги сотовой связи МТС прямо на кассах магазина. Метод следования за лидером рынка, в нашем случае – сетью Перекресток, заключается в понижении на 3-5% цен на наиболее продаваемые товары, дающие 80% оборота (т.наз. «товары группы А»), либо установке цены, равной розничной цене в ближайшем Перекрестке. На позиции группы В, которые дают 15% оборота, устанавливаются равные цены. Процедура формирования розничной цены Для формирования розничной цены в компании имеется апробированная и хорошо зарекомендовавшая себя пошаговая методика, включающая следующие этапы: Проведение мониторинга товарных групп в районах расположения магазинов Имеется группа мониторинга, которая по заданию менеджера по мониторингу регулярно отслеживает цены в магазинах, конкурирующих с супермаркетами Сети по основным продовольственным группам Вычисление средней наценки по группе Получив полевые данные, менеджер по мониторингу вычисляет среднюю наценку. После построения «колокола Гаусса» он отсекает граничные значения и вычисляет «среднюю наценку после устранения неоднородных данных». Неоднородные данные, или отклонения возникают чаще всего в связи с ошибками менеджеров как на этапе приемки товара, так и при записи в ходе мониторинга. Сравнение наценки в магазинах Сети с ценами конкурентов Данные мониторинга поступают товарному аналитику, который сравнивает наценки в магазинах Сети и у конкурентов. Определение средневзвешенной прибыли группы на текущий момент Если данные мониторинга согласуются с текущими розничными ценами Сети, этот этап не проводится. Если данные мониторинга показывают изменение конкурентных цен, товарный аналитик рассчитывает прибыль соответствующих товарных групп – как в целом по Сети, так и по группам магазинов, имеющих один формат или покупательский профиль. Далее товарный аналитик моделирует изменение средневзвешенной прибыли в связи с приведением цен Сети в соответствии с политикой компании и конкурентной средой. При получении наиболее выгодного для компании результата проводится переоценка данной группы или подгруппы. Принятие решения о переоценке и/или проведению акций. Изменение наценок утверждается коммерческим директором и проводится автоматически из центрального офиса в одном, нескольких или всех супермаркетах Сети. Переоценка проводится перед и после проведения акций по стимулированию сбыта.

Процедура проведения ABC-анализа

ABC-анализ является основой маркетинговой политики компании. На основе ABC-

анализа формируется базовый ассортимент Сети и отслеживается его стабильность. ABC-анализ основан на предположении, что основу дохода и прибыли компании формируют товары, на которые приходится 80% продаж (или прибыли) в суммарном обороте. Эти товары составляют группу А. Они должны обязательно присутствовать в ассортименте супермаркета. Товары, которые дали следующие 15% продаж (прибыли), составляют группу В. Это бывают товары-субституты или заменители, непрофильные для продуктового супермаркета позиции или новые товары, в начале жизненного цикла и еще мало известные покупателю, либо уже устаревающие, в последней фазе ЖЦТ. Товары в конце списка, вклад которых в оборот (прибыль) составляет 5% и менее, являются кандидатами на удаление. По каждой группе или подгруппе товарный аналитик регулярно (как правило, еженедельно) составляет список товаров, которые были проданы за период. Далее он производит следующие действия:

- вычисляет сумму ( $\Sigma$ ) средневзвешенной прибыли ( $S_{вз}$ ) по каждой позиции;
- определяет долю прибыли каждой позиции путем деления его  $S_{вз}$  на вычисленную сумму;
- располагает доли прибыли по убыванию;
- определяет 80% позиций по доле – это товары группы А;
- определить следующие 15% – это товары группы В;
- помечает остальные товары группы С к выводу из ассортимента на усмотрение менеджера по закупкам в связи с условиями договора поставки.

Вывод:

Ценовая политика в сети супермаркетов выполняет несколько функций, являющихся ключевыми для развития бизнеса компании.

1. Средство анализа спроса и конкуренции.
2. Формирование сообщества лояльных покупателей.
3. Привлечение новых покупателей нужной целевой аудитории.
4. Мощное средство стимулирования сбыта.
5. Регулятор товарного запаса и коэффициента ликвидности.

Задание:

1. Назовите виды стратегий ценовой политики, применяемые в этой сети супермаркетов. Соответствуют ли они концепции ценовых преимуществ?
2. Справедливы ли обвинения данной компании в демпинге?
3. В чем состоят особенности ценообразования в розничной торговле, исходя их данных кейса?

Темы для круглого стола:

1. Современная ценовая политика субъектов предпринимательской деятельности в разрезе отраслей и технологических укладов.
2. Особенности ценообразования и ценовой политики международных компаний.
3. Особенности ценообразования и ценовой политики в инновационной сфере и в новых экономических нишах.

Методические рекомендации:

1. Занятие проводится с применением традиционных и интерактивных технологий (опрос, тестирование, кейс-задание, круглый стол).
2. В процессе практического занятия необходимо обозначить цель занятия и прогнозируемые эффекты от его освоения, определить междисциплинарные связи и осуществить проверку уровня входных знаний студентов по теме.
3. Занятие направлено на практическую подготовку, поэтому в процессе проведения занятия особое внимание должно быть обращено на возможности использования отработываемых техник в будущей профессиональной деятельности студента.

4. Распределение временного фонда учебного занятия должно включать в себя: а) преамбулу (цель занятия; краткая характеристика материала практического занятия; возможные области применения знаний, полученных в процессе участия в практическом занятии) – 3-5 мин.; б) основную содержательную часть – 70-80 мин.; в) заключительную часть (подведение итогов занятия; ответы на вопросы аудитории – 5-15 мин.).

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. Алиев, А. Т. Теория, методология и практика ценообразования в промышленности : монография / А. Т. Алиев, В. Р. Веснин, В. А. Слепов. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 125 с. - ISBN 978-5-394-03701-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1449663>

2. Диалектика цены и концепция создания единой системы мониторинга процессов ценообразования в экономике : монография / А.В. Ковалев, Л.Н. Орлова, П.А. Домкин, С.М. Соколов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 189 с. : ил. — DOI 10.12737/1322485. - ISBN 978-5-16-014631-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1322485>

3. Новиков, А. И. Теория принятия решений и управление рисками в финансовой и налоговой сферах : учебное пособие / А. И. Новиков, Т. И. Солодкая. — 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 284 с. - ISBN 978-5-394-03251-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093154>

4. Ценообразование : учебник / В. А. Слепов, Т. Е. Николаева, Е. С. Глазова [и др.] ; под ред. В. А. Слепова. - 3-е изд. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1063806>

5. Ценообразование : учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>

6. Экологическая ответственность и финансовая политика компании: методические аспекты анализа : монография / А.С. Макаров, И.Е. Хвостова, Е.В. Рябова, А.В. Ларин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 261 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1246521. - ISBN 978-5-16-016853-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1246521>

**Практическое занятие 5 (для очной формы обучения; промежуточная аттестация по дисциплине – зачет)**

Вопросы к зачету:

1. Понятие, виды и функции цен.
2. Основные теоретические концепции цены.
3. Эволюция теории цены.
4. Система цен в экономике, принципы дифференциации цен.
5. Состав и структура цены
6. Государственное регулирование цен.
7. Саморегулирование и общественное регулирование цен.
8. Инфляция и методы ее измерения в России.
9. Формы и методы воздействия государства на цены.
10. Ценообразование в условиях совершенной конкуренции.
11. Ценообразование в условиях монополистической конкуренции.
12. Ценообразование на олигополистическом рынке.
13. Ценообразование в условиях монополии.
14. Цены на продукцию естественных монополий и методы их регулирования
15. Понятия и сущности ценовой политики предприятия.
16. Принципы ценообразования, уровня цен на различных этапах жизненного

цикла товара.

17. Инструменты ценовой политики фирмы
18. понятия и сущность ценовой стратегии.
19. Типы ценовой стратегии.
20. Этапы разработки ценовой стратегии.
21. Понятие и классификация методов ценообразования.
22. Сущность и основные методы затратного ценообразования.
23. Понятие, принципы, основные методы и модели ценностного ценообразования.
24. Влияние конкуренции на процесс обоснования цен.
25. Метод «предложения втемную» (тендерный метод).
26. Эконометрические методы определения цен.
27. Определение цены для целей налогообложения.
28. Трансфертные цены и методы их определения.

Методические рекомендации:

1. Занятие проводится с применением традиционных и интерактивных технологий (опрос, тестирование, круглый стол).
2. В процессе практического занятия провести промежуточную аттестацию студентов по ранее изученным темам дисциплины.
3. Распределение временного фонда учебного занятия должно включать в себя:  
а) преамбулу (цель занятия; краткая характеристика материала практического занятия; возможные области применения знаний, полученных в процессе участия в практическом занятии) – 3-5 мин.; б) основную содержательную часть – 70-80 мин.; в) заключительную часть (подведение итогов занятия; ответы на вопросы аудитории – 5-15 мин.).

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. Алиев, А. Т. Теория, методология и практика ценообразования в промышленности : монография / А. Т. Алиев, В. Р. Веснин, В. А. Слепов. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 125 с. - ISBN 978-5-394-03701-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1449663>
2. Диалектика цены и концепция создания единой системы мониторинга процессов ценообразования в экономике : монография / А.В. Ковалев, Л.Н. Орлова, П.А. Домкин, С.М. Соколов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 189 с. : ил. — DOI 10.12737/1322485. - ISBN 978-5-16-014631-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1322485>
3. Новиков, А. И. Теория принятия решений и управление рисками в финансовой и налоговой сферах : учебное пособие / А. И. Новиков, Т. И. Солодкая. — 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 284 с. - ISBN 978-5-394-03251-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093154>
4. Ценообразование : учебник / В. А. Слепов, Т. Е. Николаева, Е. С. Глазова [и др.] ; под ред. В. А. Слепова. - 3-е изд. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1063806>
5. Ценообразование : учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>
6. Экологическая ответственность и финансовая политика компании: методические аспекты анализа : монография / А.С. Макаров, И.Е. Хвостова, Е.В. Рябова, А.В. Ларин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 261 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1246521. - ISBN 978-5-16-016853-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1246521>

## МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

### Самостоятельная работа по теме 1: Содержание ценовой политики субъекта предпринимательской деятельности

Вопросы для подготовки:

1. Стратегия ценообразования как элемент конкурентной стратегии компании.
2. Политика ценообразования и цели фирмы.
3. Внутренние и внешние факторы ценообразования.
4. Принципы многофакторного ценового анализа.
5. Ценовая политика и ценовая стратегия фирмы.
6. Определение целей ценовой политики компании.
7. Система факторов, определяющих ценовую политику компании.
8. Пассивное и активное ценообразование.
9. Инструменты ценовой политики компании.
10. Стратегия и тактика ценообразования.
11. Этапы ценообразования.
12. Архитектура ценообразования.
13. Управление ценовой политикой компании.
14. Основные подходы к ценообразованию.
15. Способы определения оптимального уровня цен.
16. Конкурентное ценообразование.
17. Система и критерии выбора метода ценообразования в условиях глобальной конкуренции.

Методические рекомендации:

1. Самостоятельная подготовка осуществляется студентом на основе материалов лекций и(или) набора дидактических единиц, составляющих предметное наполнение темы дисциплины.
2. Самостоятельная работа студента по теме, на которую рабочей программой дисциплины выделены практические занятия и(или) лабораторные работы, делится на две части: 1) самостоятельная подготовка к практическому занятию и(или) лабораторной работе; 2) самостоятельная подготовка после и на основании рабочих записей и других материалов, сделанных студентом в процессе участия в практическом занятии и(или) выполнении лабораторной работы.
3. Основными источниками информации для самостоятельной работы студента по теме являются: 1) материалы лекций и(или) 2) рабочие записи, сделанные студентом в процессе участия в практическом занятии и(или) выполнении лабораторной работы; 3) рекомендованные источники и литература для подготовки; 4) авторитетные источники открытого типа (официальные интернет-порталы органов государственного и муниципального управления, ведущих исследовательских институтов и научных центров, информационные ресурсы результатов научных исследований и учебной литературы Elibrary.ru и т.д. В случае сомнения в авторитетности используемых источников и достоверности найденной в процессе самостоятельной работы информации следует во внеучебное время проконсультироваться с преподавателем, проводящим лекции и(или) практические занятия и(или) лабораторные работы по дисциплине.
4. Распределение фонда времени, выделяемого для самостоятельной работы по теме, остается на усмотрение студента. Рекомендуется придерживаться следующей структуры: 1) 5-10 % – углубленное повторение материалов лекций и(или) практических занятий и(или) лабораторных работ по теме; 30-50 % – поиск, систематизация и изучение информационных источников по теме; 30-50 % – оформление результатов самостоятельной работы по теме (составление конспектов; подготовка презентаций и

других наглядно-иллюстративных материалов на основе изученной информации; составление списка вопросов, требующих уточнения в процессе участия в практических занятиях, выполнения лабораторных работ и(или) во время консультации с преподавателем).

Рекомендуемые источники и литература для подготовки:

1. Алиев, А. Т. Теория, методология и практика ценообразования в промышленности : монография / А. Т. Алиев, В. Р. Веснин, В. А. Слепов. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 125 с. - ISBN 978-5-394-03701-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1449663>
2. Диалектика цены и концепция создания единой системы мониторинга процессов ценообразования в экономике : монография / А.В. Ковалев, Л.Н. Орлова, П.А. Домкин, С.М. Соколов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 189 с. : ил. — DOI 10.12737/1322485. - ISBN 978-5-16-014631-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1322485>
3. Новиков, А. И. Теория принятия решений и управление рисками в финансовой и налоговой сферах : учебное пособие / А. И. Новиков, Т. И. Солодкая. — 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 284 с. - ISBN 978-5-394-03251-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093154>
4. Ценообразование : учебник / В. А. Слепов, Т. Е. Николаева, Е. С. Глазова [и др.] ; под ред. В. А. Слепова. - 3-е изд. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1063806>
5. Ценообразование : учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>
6. Экологическая ответственность и финансовая политика компании: методические аспекты анализа : монография / А.С. Макаров, И.Е. Хвостова, Е.В. Рябова, А.В. Ларин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 261 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1246521. - ISBN 978-5-16-016853-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1246521>

## **Самостоятельная работа по теме 2: Ценовая политика внешнеэкономической деятельности**

Вопросы для подготовки:

1. Понятия внешней торговли.
2. Особенности формирования цены на экспортируемую и импортируемую продукцию.
3. Составные элементы внешнеторгового контракта.
4. Единица измерения цены.
5. Базис цены.
6. Валюта цены.
7. Способы фиксации цены.
8. Расчетная цена на нестандартное оборудование.
9. Таможенные платежи, тарифы и тарифные льготы.
10. Классификация таможенных пошлин.
11. Таможенная стоимость ввозимых и вывозимых товаров.
12. Методы определения таможенной стоимости ввозимых товаров.
13. Пределы цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.

#### Методические рекомендации:

1. Самостоятельная подготовка осуществляется студентом на основе материалов лекций и(или) набора дидактических единиц, составляющих предметное наполнение темы дисциплины.

2. Самостоятельная работа студента по теме, на которую рабочей программой дисциплины выделены практические занятия и(или) лабораторные работы, делится на две части: 1) самостоятельная подготовка к практическому занятию и(или) лабораторной работе; 2) самостоятельная подготовка после и на основании рабочих записей и других материалов, сделанных студентом в процессе участия в практическом занятии и(или) выполнении лабораторной работы.

3. Основными источниками информации для самостоятельной работы студента по теме являются: 1) материалы лекций и(или) 2) рабочие записи, сделанные студентом в процессе участия в практическом занятии и(или) выполнении лабораторной работы; 3) рекомендованные источники и литература для подготовки; 4) авторитетные источники открытого типа (официальные интернет-порталы органов государственного и муниципального управления, ведущих исследовательских институтов и научных центров, информационные ресурсы результатов научных исследований и учебной литературы Elibrary.ru и т.д. В случае сомнения в авторитетности используемых источников и достоверности найденной в процессе самостоятельной работы информации следует во внеучебное время проконсультироваться с преподавателем, проводящим лекции и(или) практические занятия и(или) лабораторные работы по дисциплине.

4. Распределение фонда времени, выделяемого для самостоятельной работы по теме, остается на усмотрение студента. Рекомендуется придерживаться следующей структуры: 1) 5-10 % – углубленное повторение материалов лекций и(или) практических занятий и(или) лабораторных работ по теме; 30-50 % – поиск, систематизация и изучение информационных источников по теме; 30-50 % – оформление результатов самостоятельной работы по теме (составление конспектов; подготовка презентаций и других наглядно-иллюстративных материалов на основе изученной информации; составление списка вопросов, требующих уточнения в процессе участия в практических занятиях, выполнения лабораторных работ и(или) во время консультации с преподавателем).

#### Рекомендуемые источники и литература для подготовки:

1. Алиев, А. Т. Теория, методология и практика ценообразования в промышленности : монография / А. Т. Алиев, В. Р. Веснин, В. А. Слепов. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 125 с. - ISBN 978-5-394-03701-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1449663>

2. Диалектика цены и концепция создания единой системы мониторинга процессов ценообразования в экономике : монография / А.В. Ковалев, Л.Н. Орлова, П.А. Домкин, С.М. Соколов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 189 с. : ил. — DOI 10.12737/1322485. - ISBN 978-5-16-014631-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1322485>

3. Новиков, А. И. Теория принятия решений и управление рисками в финансовой и налоговой сферах : учебное пособие / А. И. Новиков, Т. И. Солодкая. — 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 284 с. - ISBN 978-5-394-03251-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093154>

4. Ценообразование : учебник / В. А. Слепов, Т. Е. Николаева, Е. С. Глазова [и др.] ; под ред. В. А. Слепова. - 3-е изд. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1063806>

5. Ценообразование : учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и

др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>

6. Экологическая ответственность и финансовая политика компании: методические аспекты анализа : монография / А.С. Макаров, И.Е. Хвостова, Е.В. Рябова, А.В. Ларин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 261 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1246521. - ISBN 978-5-16-016853-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1246521>

### **Самостоятельная работа по теме 3: Отраслевые особенности ценообразования**

Вопросы для подготовки:

1. Роль России в международной торговле энергоносителями.
2. Факторы, воздействующие на уровень цен нефтяных компаний.
3. Методы формирования цены в отрасли.
4. Государственное регулирование цен на энергоносители в РФ.
5. Экспортные пошлины на вывоз нефти и нефтепродуктов.
6. Нетарифные методы регулирования цены.
7. Переход к дифференцированным оптовым ценам промышленности на газ.

Методические рекомендации:

1. Самостоятельная подготовка осуществляется студентом на основе материалов лекций и(или) набора дидактических единиц, составляющих предметное наполнение темы дисциплины.

2. Самостоятельная работа студента по теме, на которую рабочей программой дисциплины выделены практические занятия и(или) лабораторные работы, делится на две части: 1) самостоятельная подготовка к практическому занятию и(или) лабораторной работе; 2) самостоятельная подготовка после и на основании рабочих записей и других материалов, сделанных студентом в процессе участия в практическом занятии и(или) выполнении лабораторной работы.

3. Основными источниками информации для самостоятельной работы студента по теме являются: 1) материалы лекций и(или) 2) рабочие записи, сделанные студентом в процессе участия в практическом занятии и(или) выполнении лабораторной работы; 3) рекомендованные источники и литература для подготовки; 4) авторитетные источники открытого типа (официальные интернет-порталы органов государственного и муниципального управления, ведущих исследовательских институтов и научных центров, информационные ресурсы результатов научных исследований и учебной литературы Elibrary.ru и т.д. В случае сомнения в авторитетности используемых источников и достоверности найденной в процессе самостоятельной работы информации следует во внеучебное время проконсультироваться с преподавателем, проводящим лекции и(или) практические занятия и(или) лабораторные работы по дисциплине.

4. Распределение фонда времени, выделяемого для самостоятельной работы по теме, остается на усмотрение студента. Рекомендуется придерживаться следующей структуры: 1) 5-10 % – углубленное повторение материалов лекций и(или) практических занятий и(или) лабораторных работ по теме; 30-50 % – поиск, систематизация и изучение информационных источников по теме; 30-50 % – оформление результатов самостоятельной работы по теме (составление конспектов; подготовка презентаций и других наглядно-иллюстративных материалов на основе изученной информации; составление списка вопросов, требующих уточнения в процессе участия в практических занятиях, выполнения лабораторных работ и(или) во время консультации с преподавателем).

5. Самостоятельная подготовка по теме направлена на практическую подготовку, поэтому в процессе самостоятельной подготовки особое внимание должно быть обращено на возможности использования изучаемых материалов и отрабатываемых

техник в будущей профессиональной деятельности студента.

Рекомендуемые источники и литература для подготовки:

1. Алиев, А. Т. Теория, методология и практика ценообразования в промышленности : монография / А. Т. Алиев, В. Р. Веснин, В. А. Слепов. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 125 с. - ISBN 978-5-394-03701-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1449663>
2. Диалектика цены и концепция создания единой системы мониторинга процессов ценообразования в экономике : монография / А.В. Ковалев, Л.Н. Орлова, П.А. Домкин, С.М. Соколов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 189 с. : ил. — DOI 10.12737/1322485. - ISBN 978-5-16-014631-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1322485>
3. Новиков, А. И. Теория принятия решений и управление рисками в финансовой и налоговой сферах : учебное пособие / А. И. Новиков, Т. И. Солодкая. — 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 284 с. - ISBN 978-5-394-03251-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093154>
4. Ценообразование : учебник / В. А. Слепов, Т. Е. Николаева, Е. С. Глазова [и др.] ; под ред. В. А. Слепова. - 3-е изд. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1063806>
5. Ценообразование : учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>
6. Экологическая ответственность и финансовая политика компании: методические аспекты анализа : монография / А.С. Макаров, И.Е. Хвостова, Е.В. Рябова, А.В. Ларин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 261 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1246521. - ISBN 978-5-16-016853-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1246521>

#### **Самостоятельная работа по теме 4: Прикладные аспекты ценообразования в современной экономике**

Вопросы для подготовки:

1. Влияние фактора «время» на цену товара.
2. Распродажа товара Форма учета фактора «время» в ценах.
3. Особенности формирования цены на товары во время распродажи.
4. Преимущества и недостатки адаптации цен во времени.
5. Влияние ценообразования с учетом фактора времени на динамику объема продаж.

Методические рекомендации:

1. Самостоятельная подготовка осуществляется студентом на основе материалов лекций и(или) набора дидактических единиц, составляющих предметное наполнение темы дисциплины.
2. Самостоятельная работа студента по теме, на которую рабочей программой дисциплины выделены практические занятия и(или) лабораторные работы, делится на две части: 1) самостоятельная подготовка к практическому занятию и(или) лабораторной работе; 2) самостоятельная подготовка после и на основании рабочих записей и других материалов, сделанных студентом в процессе участия в практическом занятии и(или) выполнении лабораторной работы.
3. Основными источниками информации для самостоятельной работы студента по теме являются: 1) материалы лекций и(или) 2) рабочие записи, сделанные

студентом в процессе участия в практическом занятии и(или) выполнении лабораторной работы; 3) рекомендованные источники и литература для подготовки; 4) авторитетные источники открытого типа (официальные интернет-порталы органов государственного и муниципального управления, ведущих исследовательских институтов и научных центров, информационные ресурсы результатов научных исследований и учебной литературы Elibrary.ru и т.д. В случае сомнения в авторитетности используемых источников и достоверности найденной в процессе самостоятельной работы информации следует во внеучебное время проконсультироваться с преподавателем, проводящим лекции и(или) практические занятия и(или) лабораторные работы по дисциплине.

4. Распределение фонда времени, выделяемого для самостоятельной работы по теме, остается на усмотрение студента. Рекомендуется придерживаться следующей структуры: 1) 5-10 % – углубленное повторение материалов лекций и(или) практических занятий и(или) лабораторных работ по теме; 30-50 % – поиск, систематизация и изучение информационных источников по теме; 30-50 % – оформление результатов самостоятельной работы по теме (составление конспектов; подготовка презентаций и других наглядно-иллюстративных материалов на основе изученной информации; составление списка вопросов, требующих уточнения в процессе участия в практических занятиях, выполнения лабораторных работ и(или) во время консультации с преподавателем).

5. Самостоятельная подготовка по теме направлена на практическую подготовку, поэтому в процессе самостоятельной подготовки особое внимание должно быть обращено на возможности использования изучаемых материалов и отрабатываемых техник в будущей профессиональной деятельности студента.

Рекомендуемые источники и литература для подготовки:

1. Алиев, А. Т. Теория, методология и практика ценообразования в промышленности : монография / А. Т. Алиев, В. Р. Веснин, В. А. Слепов. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 125 с. - ISBN 978-5-394-03701-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1449663>

2. Диалектика цены и концепция создания единой системы мониторинга процессов ценообразования в экономике : монография / А.В. Ковалев, Л.Н. Орлова, П.А. Домкин, С.М. Соколов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 189 с. : ил. — DOI 10.12737/1322485. - ISBN 978-5-16-014631-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1322485>

3. Новиков, А. И. Теория принятия решений и управление рисками в финансовой и налоговой сферах : учебное пособие / А. И. Новиков, Т. И. Солодкая. — 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 284 с. - ISBN 978-5-394-03251-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093154>

4. Ценообразование : учебник / В. А. Слепов, Т. Е. Николаева, Е. С. Глазова [и др.] ; под ред. В. А. Слепова. - 3-е изд. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1063806>

5. Ценообразование : учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>

6. Экологическая ответственность и финансовая политика компании: методические аспекты анализа : монография / А.С. Макаров, И.Е. Хвостова, Е.В. Рябова, А.В. Ларин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 261 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1246521. - ISBN 978-5-16-016853-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1246521>

