

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ИНКЛЮЗИВНОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра экономики и инноваций

«Утверждаю»

Зав. кафедрой



И.В.Манахова

«2» июля 2020

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Б1.В.ДВ.11.01 Мировые рыночные цены

наименование дисциплины / практики

38.03.01 Экономика

шифр и наименование направления подготовки

Мировая экономика

наименование профиля подготовки

Москва 2020

Составитель / составители: доц. Тимохин Д.В.

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании

кафедры экономики и инноваций

протокол № 17 от «2» июля 2020 г.

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Перечень оценочных средств
3. Описание показателей и критериев оценивания результатов обучения на различных этапах формирования компетенций
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций
5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

1. Паспорт фонда оценочных средств

по дисциплине «Мировые рыночные цены»

Таблица 1.

Распределение компетенций и оценочных средств по разделам (темам) дисциплины

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины ¹	Коды компетенций	Оценочные средства – наименование	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	Система ценообразования на современном этапе развития международных экономических отношений	ПК-33 ПК-36	тест	вопросы к экзамену
2.	Цены во внешней торговле	ПК-33 ПК-36	опрос	вопросы к экзамену
3.	Установление цен на продукцию топливно-энергетического и минерально-сырьевого комплекса	ПК-33 ПК-36	опрос	вопросы к экзамену
4.	Ценообразование с учетом фактора времени и электронная торговля	ПК-33 ПК-36	контрольная работа	вопросы к экзамену

Таблица 2.

Перечень компетенций

Код компетенции	Содержание компетенции
ПК-33	способностью использовать практические навыки расчета основных валютно-финансовых и экономических показателей развития стран мира и международных компаний
ПК-36	способностью анализировать деятельность предприятия с целью поиска наиболее эффективных направлений развития внешнеэкономических связей

¹ Наименование раздела (темы) берется из рабочей программы дисциплины

2. Перечень оценочных средств²

Таблица 3.

Характеристика и инструментальное обеспечение оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1.	Тест	Средство, позволяющее оценить уровень знаний обучающегося путем выбора им одного из нескольких вариантов ответов на поставленный вопрос. Возможно использование тестовых вопросов, предусматривающих ввод обучающимся короткого и однозначного ответа на поставленный вопрос.	Тестовые задания
2.	Опрос	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде ответов обучающихся на задаваемые им вопросы.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3.	Контрольная работа	Оценочное средство, ориентированное на выполнение комплексной работы, освещающей несколько аспектов предмета дисциплины (факультатива).	Задание для выполнения контрольной работы

² Указываются оценочные средства, применяемые в ходе реализации рабочей программы данной дисциплины

3. Описание показателей и критериев оценивания результатов обучения на различных этапах формирования компетенций

Таблица 4.

Содержание критериев оценивания результатов овладения компетенций

Код компетенции	Уровень освоения компетенции	Показатели достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения
Знает			
ПК-33	Недостаточный уровень Оценка «неудовлетворительно»	ПК-33. 3-1 Не знает: • методы определения экономической ценности товара.	Не знает методики расчета экономической ценности производимой и оборачиваемой продукции.
		ПК-33. 3-2 Не знает: • методы количественной оценки ценовой чувствительности.	Не знает методы оценки чувствительности цен и ценовой эластичности разных продуктовых позиций.
		ПК-33. 3-3 Не знает: • методы потребительской оценки в ценообразовании.	Не знает методы оценки в области ценообразования на основе потребительских свойств товаров и услуг.
		ПК-33. 3-4 Не знает: • модели рыночного ценообразования.	Не знает содержание основных моделей ценообразования в рыночных условиях.
		ПК-33. 3-5 Не знает: • систему и критерии выбора метода ценообразования в условиях глобальной конкуренции.	Не знает механизм и инструменты отбора методов ценообразования в условиях конкурентной среды.
		ПК-33. 3-6 Не знает: • трансфертное ценообразование в деятельности транснациональных компаний.	Не знает механизм трансфертного ценообразования, применяемого в деятельности международных компаний и ТНК.
		ПК-33. 3-7 Не знает: • методы определения трансфертных цен.	Не знает методы выявления трансфертных цен.

		ПК-33. 3-8 Не знает: • механизмы и модели ценообразования в международной торговле на различных рынках.	Не знает возможные механизмы и модели ценообразования на международном уровне в дифференциации различных типов и локаций рынков.
		ПК-33. 3-9 Не знает: • особенности ценообразования на услуги.	Не знает особенности механизма ценообразования в сфере услуг.
		ПК-33. 3-10 Не знает: • отраслевые особенности ценообразования.	Не знает особенности ценообразования в условиях учета отраслевых факторов функционирования хозяйствующих субъектов.
		ПК-33. 3-11 Не знает: • принципы формирования цен в рамках торгов.	Не знает содержание принципов и правил ценообразования в режиме торгов.
		ПК-33. 3-12 Не знает: • причины и смысл демпинга и ценовые войны на мировых рынках.	Не знает закономерности и механизм применения демпинга в режиме ценовых противостояний и конфликтов на международном уровне.
		ПК-33. 3-1 Знает: • методы определения экономической ценности товара.	Фрагментарно знает методики расчета экономической ценности производимой и оборачиваемой продукции.
	Базовый уровень Оценка «удовлетворительно»	ПК-33. 3-2 Знает: • методы количественной оценки ценовой чувствительности.	Фрагментарно знает методы оценки чувствительности цен и ценовой эластичности разных продуктовых позиций.
		ПК-33. 3-3 Знает: • методы потребительской оценки в ценообразовании.	В общих знает некоторые методы оценки в области ценообразования на основе потребительских свойств товаров и услуг.
		ПК-33. 3-4 Знает: • модели рыночного ценообразования.	Не знает содержание основных моделей ценообразования в рыночных условиях.
		ПК-33. 3-5	В общих чертах знает механизм и

		Знает: • систему и критерии выбора метода ценообразования в условиях глобальной конкуренции.	некоторые инструменты отбора методов ценообразования в условиях конкурентной среды.
		ПК-33. 3-6 Знает: • трансфертное ценообразование в деятельности транснациональных компаний.	В общих чертах знает механизм трансфертного ценообразования, применяемого в деятельности международных компаний и ТНК.
		ПК-33. 3-7 Знает: • методы определения трансфертных цен.	Знает узкий круг методов выявления трансфертных цен.
		ПК-33. 3-8 Знает: • механизмы и модели ценообразования в международной торговле на различных рынках.	Знает узкий круг механизмов и моделей ценообразования на международном уровне в дифференциации различных типов и локаций рынков.
		ПК-33. 3-9 Знает: • особенности ценообразования на услуги.	Фрагментарно знает особенности механизма ценообразования в сфере услуг.
		ПК-33. 3-10 Знает: • отраслевые особенности ценообразования.	В общих чертах знает особенности ценообразования в условиях учета отраслевых факторов функционирования хозяйствующих субъектов.
		ПК-33. 3-11 Знает: • принципы формирования цен в рамках торгов.	В общих чертах знает содержание некоторых принципов и правил ценообразования в режиме торгов.
		ПК-33. 3-12 Знает: • причины и смысл демпинга и ценовые войны на мировых рынках.	В общих чертах знает закономерности и механизм применения демпинга в режиме ценовых противостояний и конфликтов на международном уровне.
	Средний уровень Оценка «хорошо»	ПК-33. 3-1 Знает: • методы определения экономической ценности товара.	Знает основные методики расчета экономической ценности производимой и оборачиваемой продукции.
		ПК-33. 3-2	Знает основные методы оценки

		Знает: • методы количественной оценки ценовой чувствительности.	чувствительности цен и ценовой эластичности разных продуктовых позиций.
		ПК-33. 3-3 Знает: • методы потребительской оценки в ценообразовании.	Знает основные методы оценки в области ценообразования на основе потребительских свойств товаров и услуг.
		ПК-33. 3-4 Знает: • модели рыночного ценообразования.	Знает содержание основных моделей ценообразования в рыночных условиях.
		ПК-33. 3-5 Знает: • систему и критерии выбора метода ценообразования в условиях глобальной конкуренции.	Знает механизм и некоторые инструменты отбора методов ценообразования в условиях конкурентной среды.
		ПК-33. 3-6 Знает: • трансфертное ценообразование в деятельности транснациональных компаний.	Знает без углубленных сведений содержание механизма трансфертного ценообразования, применяемого в деятельности международных компаний и ТНК.
		ПК-33. 3-7 Знает: • методы определения трансфертных цен.	Знает основные методы выявления трансфертных цен.
		ПК-33. 3-8 Знает: • механизмы и модели ценообразования в международной торговле на различных рынках.	Знает основные механизмы и модели ценообразования на международном уровне в дифференциации различных типов и локаций рынков.
		ПК-33. 3-9 Знает: • особенности ценообразования на услуги.	Знает основные особенности механизма ценообразования в сфере услуг.
		ПК-33. 3-10 Знает: • отраслевые особенности ценообразования.	Знает основные особенности ценообразования в условиях учета отраслевых факторов функционирования хозяйствующих субъектов.

Высокий уровень Оценка «отлично»	ПК-33. 3-11 Знает: • принципы формирования цен в рамках торгов.	Знает содержание основных принципов и правил ценообразования в режиме торгов.
	ПК-33. 3-12 Знает: • причины и смысл демпинга и ценовые войны на мировых рынках.	Знает основные закономерности и механизм применения демпинга в режиме ценовых противостояний и конфликтов на международном уровне.
	ПК-33. 3-1 Знает: • методы определения экономической ценности товара.	Знает все методики расчета экономической ценности производимой и оборачиваемой продукции.
	ПК-33. 3-2 Знает: • методы количественной оценки ценовой чувствительности.	Знает все методы оценки чувствительности цен и ценовой эластичности разных продуктовых позиций.
	ПК-33. 3-3 Знает: • методы потребительской оценки в ценообразовании.	Знает все методы оценки в области ценообразования на основе потребительских свойств товаров и услуг.
	ПК-33. 3-4 Знает: • модели рыночного ценообразования.	Знает содержание всех моделей ценообразования в рыночных условиях.
	ПК-33. 3-5 Знает: • систему и критерии выбора метода ценообразования в условиях глобальной конкуренции.	Знает механизм и все инструменты отбора методов ценообразования в условиях конкурентной среды.
	ПК-33. 3-6 Знает: • трансфертное ценообразование в деятельности транснациональных компаний.	Знает полностью содержание механизма трансфертного ценообразования, применяемого в деятельности международных компаний и ТНК.
	ПК-33. 3-7 Знает: • методы определения трансфертных цен.	Знает все методы выявления трансфертных цен.

		<p>ПК-33. 3-8 Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> • механизмы и модели ценообразования в международной торговле на различных рынках. 	Знает все механизмы и модели ценообразования на международном уровне в дифференциации различных типов и локаций рынков.
		<p>ПК-33. 3-9 Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> • особенности ценообразования на услуги. 	Знает все особенности механизма ценообразования в сфере услуг.
		<p>ПК-33. 3-10 Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> • отраслевые особенности ценообразования. 	Знает все особенности ценообразования в условиях учета отраслевых факторов функционирования хозяйствующих субъектов.
		<p>ПК-33. 3-11 Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> • принципы формирования цен в рамках торгов. 	Знает содержание всех принципов и правил ценообразования в режиме торгов.
		<p>ПК-33. 3-12 Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> • причины и смысл демпинга и ценовые войны на мировых рынках. 	Знает всех закономерности и механизм применения демпинга в режиме ценовых противостояний и конфликтов на международном уровне.
ПК-36	Недостаточный уровень Оценка «неудовлетворительно»	<p>ПК-36. 3-1 Не знает: динамику изменения ценовой конъюнктуры мировой экономики в конце XX-начале XXI века.</p>	Не знает направления и тренды изменения цен в мировой экономике в новейшей истории.
		<p>ПК-36. 3-2 Не знает: роль ценообразования в международных экономических отношениях.</p>	Не осознает роль механизма ценообразования в экономической сфере на международном уровне.
		<p>ПК-36. 3-3 Не знает: влияние интеграционных группировок на систему международного ценообразования.</p>	Не знает механизм воздействия экономических интеграций на сферу ценообразования на международном уровне.
		<p>ПК-36. 3-4 Не знает: основные тенденции изменения ценовых</p>	Не знает основные векторы трансформации ценовых коридоров в сфере национальной и мировой торговли.

		коридоров.	
		ПК-36. 3-5 Не знает: место цены в теориях международной торговли.	Не идентифицирует место и значение цены как инструмента организации мировой торговли.
		ПК-36. 3-6 Не знает: политику ценообразования и цели фирмы.	Не знает инструменты и методы корпоративного ценообразования в аспекте соответствия древу целей хозяйствующего субъекта.
		ПК-36. 3-7 Не знает: стратегию и тактику ценообразования.	Не знает и не различает стратегический и тактический уровни ценообразования.
		ПК-36. 3-8 Не знает: ценовую стратегию на зарубежном рынке.	Не знает механизм стратегии в области ценообразования на зарубежных рынках.
		ПК-36. 3-9 Не знает: стратегию ценообразования в периоды кризиса и бума.	Не знает особенности ценообразования на разных стадиях экономических циклов.
		ПК-36. 3-10 Не знает: модель затратного ценообразования.	Не знает содержание модели ценообразования, основанного на идентификации и оценке затрат в деятельности хозяйствующего субъекта.
	Базовый уровень Оценка «удовлетворительно»	ПК-36. 3-1 Знает: динамику изменения ценовой конъюнктуры мировой экономики в конце XX-начале XXI века.	Фрагментарно знает направления и тренды изменения цен в мировой экономике в новейшей истории.
		ПК-36. 3-2 Знает: роль ценообразования в международных экономических отношениях.	В общих чертах осознает роль механизма ценообразования в экономической сфере на международном уровне.
		ПК-36. 3-3 Знает: влияние интеграционных группировок на	Фрагментарно знает механизм воздействия экономических интеграций на сферу ценообразования на международном

		систему международного ценообразования.	уровне.
		ПК-36. 3-4 Знает: основные тенденции изменения ценовых коридоров.	Избирательно знает некоторые векторы трансформации ценовых коридоров в сфере национальной и мировой торговли.
		ПК-36. 3-5 Знает: место цены в теориях международной торговли.	Фрагментарно идентифицирует место и значение цены как инструмента организации мировой торговли.
		ПК-36. 3-6 Знает: политику ценообразования и цели фирмы.	Избирательно знает инструменты и методы корпоративного ценообразования в аспекте соответствия древу целей хозяйствующего субъекта.
		ПК-36. 3-7 Знает: стратегию и тактику ценообразования.	В общих чертах знает и различает стратегический и тактический уровни ценообразования.
		ПК-36. 3-8 Знает: ценовую стратегию на зарубежном рынке.	Фрагментарно знает механизм стратегии в области ценообразования на зарубежных рынках.
		ПК-36. 3-9 Знает: стратегию ценообразования в периоды кризиса и бума.	Избирательно знает особенности ценообразования на разных стадиях экономических циклов.
		ПК-36. 3-10 Знает: модель затратного ценообразования.	В общих чертах знает содержание модели ценообразования, основанного на идентификации и оценке затрат в деятельности хозяйствующего субъекта.
	Средний уровень Оценка «хорошо»	ПК-36. 3-1 Знает: динамику изменения ценовой конъюнктуры мировой экономики в конце XX-начале XXI века.	Знает исключительно основные направления и тренды изменения цен в мировой экономике в новейшей истории.
		ПК-36. 3-2 Знает: роль ценообразования в международных	В целом, но без глубокой аналитики, осознает роль механизма ценообразования в экономической сфере на международном

		экономических отношениях.	уровне.
		ПК-36. 3-3 Знает: влияние интеграционных группировок на систему международного ценообразования.	Знает на уверенном уровне механизм воздействия экономических интеграций на сферу ценообразования на международном уровне.
		ПК-36. 3-4 Знает: основные тенденции изменения ценовых коридоров.	Знает основные векторы трансформации ценовых коридоров в сфере национальной и мировой торговли.
		ПК-36. 3-5 Знает: место цены в теориях международной торговли.	Идентифицирует место и значение цены как инструмента организации мировой торговли, но без должного обоснования авторской позиции.
		ПК-36. 3-6 Знает: политику ценообразования и цели фирмы.	Знает исключительно основные инструменты и методы корпоративного ценообразования в аспекте соответствия древу целей хозяйствующего субъекта.
		ПК-36. 3-7 Знает: стратегию и тактику ценообразования.	Знает и различает стратегический и тактический уровни ценообразования исключительно по основным признакам.
		ПК-36. 3-8 Знает: ценовую стратегию на зарубежном рынке.	Знает механизм стратегии в области ценообразования на многих зарубежных рынках.
		ПК-36. 3-9 Знает: стратегию ценообразования в периоды кризиса и бума.	Знает многие особенности ценообразования на разных стадиях экономических циклов.
		ПК-36. 3-10 Знает: модель затратного ценообразования.	Знает в большей части компонентов содержание модели ценообразования, основанного на идентификации и оценке затрат в деятельности хозяйствующего субъекта.
	Высокий уровень Оценка «отлично»	ПК-36. 3-1 Знает:	Знает все основные и второстепенные направления и тренды изменения цен в

		динамику изменения ценовой конъюнктуры мировой экономики в конце XX-начале XXI века.	мировой экономике в новейшей истории.
		ПК-36. 3-2 Знает: роль ценообразования в международных экономических отношениях.	Комплексно осознает роль механизма ценообразования в экономической сфере на международном уровне.
		ПК-36. 3-3 Знает: влияние интеграционных группировок на систему международного ценообразования.	Знает с высоким уровнем обоснования механизм воздействия экономических интеграций на сферу ценообразования на международном уровне.
		ПК-36. 3-4 Знает: основные тенденции изменения ценовых коридоров.	Знает все векторы трансформации ценовых коридоров в сфере национальной и мировой торговли.
		ПК-36. 3-5 Знает: место цены в теориях международной торговли.	Полностью идентифицирует место и значение цены как инструмента организации мировой торговли.
		ПК-36. 3-6 Знает: политику ценообразования и цели фирмы.	Знает все инструменты и методы корпоративного ценообразования в аспекте соответствия древу целей хозяйствующего субъекта.
		ПК-36. 3-7 Знает: стратегию и тактику ценообразования.	Знает и различает стратегический и тактический уровни ценообразования исключительно по широкому спектру признаков.
		ПК-36. 3-8 Знает: ценовую стратегию на зарубежном рынке.	Знает механизм стратегии в области ценообразования на зарубежных рынках, дифференцированных по широкому спектру признаков.
		ПК-36. 3-9 Знает: стратегию ценообразования в периоды кризиса и бума.	Знает все особенности ценообразования на разных стадиях экономических циклов.

		ПК-36. 3-10 Знает: модель затратного ценообразования.	Знает содержание, структуру и особенности модели ценообразования, основанного на идентификации и оценке затрат в деятельности хозяйствующего субъекта.
Умеет			
ПК-33	Недостаточный уровень Оценка «неудовлетворительно»	ПК-33. У-1 Не умеет: • строить схему процесса ценообразования.	Не умеет формировать и строить общую модель корпоративного ценообразования.
		ПК-33. У-2 Не умеет: • проводить политику ценообразования на пионерных рынках.	Не умеет применять инструменты ценообразования для новых и инновационных экономических ниш.
		ПК-33. У-3 Не умеет: • описывать механизм трансфертного ценообразования.	Не умеет характеризовать систему трансфертного образования цен.
		ПК-33. У-4 Не умеет: • оценивать эффективность конкурентных стратегий ценообразования.	Не умеет проводить анализ и выносить суждение об эффективности и результативности конкурентных стратегий формирования цен.
		ПК-33. У-5 Не умеет: • использовать способы уклонения от ценового противостояния.	Не умеет применять методы ухода от ценового противостояния на рынке.
		ПК-33. У-6 Не умеет: • использовать брендинг в политике ценообразования.	Не умеет применять инструменты использования товарного знака в ценообразовании.
		ПК-33. У-7 Не умеет: • анализировать особенности трансфертного ценообразования.	Не умеет проводить анализ техник трансфертного ценообразования.
		ПК-33. У-8 Не умеет:	Не умеет идентифицировать особенности формирования цен с учетом стадий

		<ul style="list-style-type: none"> • выявлять особенности ценообразования на этапах жизненного цикла товара в условиях развития международных экономических отношений (на примере одного или нескольких этапов). 	жизненного цикла продукта, компании, сегмента рынка.
Базовый уровень Оценка «удовлетворительно»	ПК-33. У-1 Умеет:	<ul style="list-style-type: none"> • строить схему процесса ценообразования. 	Умеет формировать и строить упрощенную общую модель корпоративного ценообразования.
	ПК-33. У-2 Умеет:	<ul style="list-style-type: none"> • проводить политику ценообразования на пионерных рынках. 	Умеет применять некоторые инструменты ценообразования для новых и инновационных экономических ниш.
	ПК-33. У-3 Умеет:	<ul style="list-style-type: none"> • описывать механизм трансфертного ценообразования. 	Умеет в общих чертах характеризовать систему трансфертного образования цен.
	ПК-33. У-4 Умеет:	<ul style="list-style-type: none"> • оценивать эффективность конкурентных стратегий ценообразования. 	Умеет проводить поверхностный анализ и выносить общее суждение об эффективности и результативности конкурентных стратегий формирования цен.
	ПК-33. У-5 Умеет:	<ul style="list-style-type: none"> • использовать способы уклонения от ценового противостояния. 	Умеет применять некоторые методы ухода от ценового противостояния на рынке.
	ПК-33. У-6 Умеет:	<ul style="list-style-type: none"> • использовать брендинг в политике ценообразования. 	Умеет применять некоторые инструменты использования товарного знака в ценообразовании.
	ПК-33. У-7 Умеет:	<ul style="list-style-type: none"> • анализировать особенности трансфертного ценообразования. 	Умеет проводит поверхностный анализ техник трансфертного ценообразования.
	ПК-33. У-8		Умеет идентифицировать некоторые

		<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выявлять особенности ценообразования на этапах жизненного цикла товара в условиях развития международных экономических отношений (на примере одного или нескольких этапов). 	<p>особенности формирования цен с учетом стадий жизненного цикла продукта, компании, сегмента рынка.</p>
Средний уровень Оценка «хорошо»	ПК-33. У-1	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • строить схему процесса ценообразования. 	<p>Умеет формировать и строить общую модель корпоративного ценообразования.</p>
	ПК-33. У-2	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проводить политику ценообразования на пионерных рынках. 	<p>Умеет применять широкий круг инструментов ценообразования для новых и инновационных экономических ниш.</p>
	ПК-33. У-3	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • описывать механизм трансфертного ценообразования. 	<p>Умеет комплексно характеризовать систему трансфертного ценообразования.</p>
	ПК-33. У-4	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценивать эффективность конкурентных стратегий ценообразования. 	<p>Умеет проводить общий анализ и выносить общее суждение об эффективности и результативности конкурентных стратегий формирования цен.</p>
	ПК-33. У-5	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать способы уклонения от ценового противостояния. 	<p>Умеет применять наиболее известные и популярные методы ухода от ценового противостояния на рынке.</p>
	ПК-33. У-6	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать брендинг в политике ценообразования. 	<p>Умеет применять широкий спектр инструментов использования товарного знака в ценообразовании.</p>
	ПК-33. У-7	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать особенности трансфертного ценообразования. 	<p>Умеет проводить комплексный анализ техник трансфертного ценообразования.</p>
	ПК-33. У-8		<p>Умеет идентифицировать основные</p>

		<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выявлять особенности ценообразования на этапах жизненного цикла товара в условиях развития международных экономических отношений (на примере одного или нескольких этапов). 	<p>особенности формирования цен с учетом стадий жизненного цикла продукта, компании, сегмента рынка.</p>
<p>Высокий уровень Оценка «отлично»</p>	ПК-33. У-1	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • строить схему процесса ценообразования. 	<p>Умеет формировать и строить любую модель корпоративного ценообразования.</p>
	ПК-33. У-2	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проводить политику ценообразования на пионерных рынках. 	<p>Умеет применять любые инструменты ценообразования для новых и инновационных экономических ниш.</p>
	ПК-33. У-3	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • описывать механизм трансфертного ценообразования. 	<p>Умеет комплексно и профессионально характеризовать систему трансфертного ценообразования цен.</p>
	ПК-33. У-4	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценивать эффективность конкурентных стратегий ценообразования. 	<p>Умеет проводить профессиональный анализ и выносить профессиональное суждение об эффективности и результативности конкурентных стратегий формирования цен.</p>
	ПК-33. У-5	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать способы уклонения от ценового противостояния. 	<p>Умеет применять любые методы ухода от ценового противостояния на рынке.</p>
	ПК-33. У-6	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать брендинг в политике ценообразования. 	<p>Умеет применять любые инструменты использования товарного знака в ценообразовании.</p>
	ПК-33. У-7	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать особенности трансфертного ценообразования. 	<p>Умеет проводить профессиональный анализ техник трансфертного ценообразования.</p>

		ПК-33. У-8 Умеет: <ul style="list-style-type: none"> • выявлять особенности ценообразования на этапах жизненного цикла товара в условиях развития международных экономических отношений (на примере одного или нескольких этапов). 	Умеет идентифицировать любые особенности формирования цен с учетом стадий жизненного цикла продукта, компании, сегмента рынка.
ПК-36	Недостаточный уровень Оценка «неудовлетворительно»	ПК-36. У-1 Не умеет: <ul style="list-style-type: none"> • строить алгоритм установления равновесной цены на совершенно конкурентном / олигопольном / монопольном рынке. 	Не умеет формировать последовательность действий для выявления равновесных цен на разноконкурентных рынках.
		ПК-36. У-2 Не умеет: <ul style="list-style-type: none"> • формулировать основные функции цен и их виды. 	Не умеет выявлять и описывать основные виды и функции цен.
		ПК-36. У-3 Не умеет: <ul style="list-style-type: none"> • выявлять достоинства и недостатки пассивного и активного ценообразования. 	Не умеет определять позитивные и негативные эффекты применения различных техник ценообразования в конкретных условиях.
		ПК-36. У-4 Не умеет: <ul style="list-style-type: none"> • проводить многофакторный ценовой анализ. 	Не умеет осуществлять комплексный анализ ценового поведения хозяйствующих субъектов.
		ПК-36. У-5 Не умеет: <ul style="list-style-type: none"> • использовать основные инструменты ценовой политики компании. 	Не умеет оценивать и применять методы и компоненты ценовой политики фирмы.
	Базовый уровень Оценка «удовлетворительно»	ПК-36. У-1 Умеет: <ul style="list-style-type: none"> • строить алгоритм установления равновесной цены на совершенно конкурентном / олигопольном / монопольном рынке. 	Умеет формировать общую последовательность действий для выявления равновесных цен на разноконкурентных рынках.
ПК-36. У-2 Умеет:		Умеет выявлять и описывать исключительно основные виды и функции	

		<ul style="list-style-type: none"> • формулировать основные функции цен и их виды. 	цен.
		ПК-36. У-3 Умеет: <ul style="list-style-type: none"> • выявлять достоинства и недостатки пассивного и активного ценообразования. 	Умеет определять некоторые позитивные и негативные эффекты применения различных техник ценообразования в конкретных условиях.
		ПК-36. У-4 Умеет: <ul style="list-style-type: none"> • проводить многофакторный ценовой анализ. 	Умеет осуществлять поверхностный комплексный анализ ценового поведения хозяйствующих субъектов.
		ПК-36. У-5 Умеет: <ul style="list-style-type: none"> • использовать основные инструменты ценовой политики компании. 	Умеет оценивать и применять некоторые методы и компоненты ценовой политики фирмы.
	Средний уровень Оценка «хорошо»	ПК-36. У-1 Умеет: <ul style="list-style-type: none"> • строить алгоритм установления равновесной цены на совершенно конкурентном / олигопольном / монопольном рынке. 	Умеет формировать комплексную последовательность действий для выявления равновесных цен на разноконкурентных рынках.
		ПК-36. У-2 Умеет: <ul style="list-style-type: none"> • формулировать основные функции цен и их виды. 	Умеет выявлять и описывать наиболее известные виды и функции цен.
		ПК-36. У-3 Умеет: <ul style="list-style-type: none"> • выявлять достоинства и недостатки пассивного и активного ценообразования. 	Умеет определять заданные позитивные и негативные эффекты применения различных техник ценообразования в конкретных условиях.
		ПК-36. У-4 Умеет: <ul style="list-style-type: none"> • проводить многофакторный ценовой анализ. 	Умеет осуществлять грамотный, но не исключительный, комплексный анализ ценового поведения хозяйствующих субъектов.
		ПК-36. У-5 Умеет: <ul style="list-style-type: none"> • использовать основные инструменты ценовой политики компании. 	Умеет оценивать и применять широкий круг методов и компонентов ценовой политики фирмы.

	Высокий уровень Оценка «отлично»	ПК-36. У-1 Умеет: • строить алгоритм установления равновесной цены на совершенно конкурентном / олигопольном / монопольном рынке.	Умеет формировать полную последовательность действий для выявления равновесных цен на разноконкурентных рынках.
		ПК-36. У-2 Умеет: • формулировать основные функции цен и их виды.	Умеет выявлять и описывать любые виды и функции цен.
		ПК-36. У-3 Умеет: • выявлять достоинства и недостатки пассивного и активного ценообразования.	Умеет определять все позитивные и негативные эффекты применения различных техник ценообразования в конкретных условиях.
		ПК-36. У-4 Умеет: • проводить многофакторный ценовой анализ.	Умеет осуществлять максимально полноаспектный комплексный анализ ценового поведения хозяйствующих субъектов.
		ПК-36. У-5 Умеет: • использовать основные инструменты ценовой политики компании.	Умеет оценивать и применять все возможные методы и компоненты ценовой политики фирмы.
Владеет			
ПК-33	Недостаточный уровень Оценка «неудовлетворительно»	ПК-33. В-1 Не владеет: • инструментами математического анализа.	Не способен проводить анализ деловых ситуаций с применением логико-математического аппарата.
		ПК-33. В-2 Не владеет: • методами управления ценовой политикой компании.	Не способен применять на практике методы и способы управления ценовым поведением хозяйствующего субъекта.
		ПК-33. В-3 Не владеет: • методами защиты от демпинга.	Не способен обеспечивать защиту хозяйствующих субъектов и других заинтересованных лиц от демпинговых действий участников рынка.
	Базовый уровень	ПК-33. В-1	Способен проводить поверхностный анализ

	Оценка «удовлетворительно»	Владеет: • инструментами математического анализа.	деловых ситуаций с применением некоторых компонентов логико-математического аппарата.
		ПК-33. В-2 Владеет: • методами управления ценовой политикой компании.	Способен применять на практике некоторые методы и способы управления ценовым поведением хозяйствующего субъекта.
		ПК-33. В-3 Владеет: • методами защиты от демпинга.	Способен обеспечивать элементарную защиту хозяйствующих субъектов и других заинтересованных лиц от демпинговых действий участников рынка.
	Средний уровень Оценка «хорошо»	ПК-33. В-1 Владеет: • инструментами математического анализа.	Способен проводить комплексный анализ деловых ситуаций с применением широкого круга компонентов логико-математического аппарата.
		ПК-33. В-2 Владеет: • методами управления ценовой политикой компании.	Способен применять на практике основные методы и способы управления ценовым поведением хозяйствующего субъекта.
		ПК-33. В-3 Владеет: • методами защиты от демпинга.	Способен обеспечивать комплексную защиту хозяйствующих субъектов и других заинтересованных лиц от демпинговых действий участников рынка.
	Высокий уровень Оценка «отлично»	ПК-33. В-1 Владеет: • инструментами математического анализа.	Способен проводить профессиональный анализ деловых ситуаций с применением широкого круга компонентов логико-математического аппарата.
		ПК-33. В-2 Владеет: • методами управления ценовой политикой компании.	Способен применять на практике любые методы и способы управления ценовым поведением хозяйствующего субъекта.
		ПК-33. В-3 Владеет: • методами защиты от демпинга.	Способен обеспечивать полную профессиональную защиту хозяйствующих субъектов и других заинтересованных лиц

			от демпинговых действий участников рынка.
ПК-36	Недостаточный уровень Оценка «неудовлетворительно»	ПК-36. В-1 Не владеет: • методикой сбора и подготовки информации.	Не способен осуществлять сбор и обработку информации, необходимой для целей ценообразования.
		ПК-36. В-2 Не владеет: • методами систематизации и обобщения статистических данных.	Не способен применять методы верификации, систематизации и синтеза статистической информации, необходимой для целей ценообразования.
	Базовый уровень Оценка «удовлетворительно»	ПК-36. В-1 Владеет: • методикой сбора и подготовки информации.	Способен осуществлять сбор и обработку некоторых видов информации, необходимой для целей ценообразования.
		ПК-36. В-2 Владеет: • методами систематизации и обобщения статистических данных.	Способен применять некоторые методы верификации, систематизации и синтеза статистической информации, необходимой для целей ценообразования.
	Средний уровень Оценка «хорошо»	ПК-36. В-1 Владеет: • методикой сбора и подготовки информации.	Способен осуществлять сбор и обработку широкого круга информации, необходимой для целей ценообразования.
		ПК-36. В-2 Владеет: • методами систематизации и обобщения статистических данных.	Способен применять основные методы верификации, систематизации и синтеза статистической информации, необходимой для целей ценообразования.
	Высокий уровень Оценка «отлично»	ПК-36. В-1 Владеет: • методикой сбора и подготовки информации.	Способен осуществлять сбор и обработку любой информации, необходимой для целей ценообразования.
		ПК-36. В-2 Владеет: • методами систематизации и обобщения статистических данных.	Способен применять любые методы верификации, систематизации и синтеза статистической информации, необходимой для целей ценообразования.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

Разработка и применение тестов в процессе обучения

Педагогическое тестирование – это форма измерения знаний учащихся, основанная на применении педагогических тестов. Включает в себя подготовку качественных тестов, собственно проведение тестирования и последующую обработку результатов, которая дает оценку уровня знаний тестируемых.

Традиционный тест содержит список вопросов и различные варианты ответов. Каждый вопрос оценивается в определенное количество баллов. Результат традиционного теста зависит от количества вопросов, на которые был дан правильный ответ.

Тестирование в педагогике выполняет три основные взаимосвязанные функции: диагностическую, обучающую и воспитательную:

Диагностическая функция заключается в выявлении уровня знаний, умений, навыков учащегося. Это основная и самая очевидная функция тестирования. По объективности, широте и скорости диагностирования, тестирование превосходит все остальные формы педагогического контроля.

Обучающая функция тестирования состоит в мотивировании учащегося к активизации работы по усвоению учебного материала. Для усиления обучающей функции тестирования могут быть использованы дополнительные меры стимулирования студентов, такие как: раздача преподавателем примерного перечня вопросов для самостоятельной подготовки, наличие в самом тесте наводящих вопросов и подсказок, совместный разбор результатов теста.

Воспитательная функция проявляется в периодичности и неизбежности тестового контроля. Это дисциплинирует, организует и направляет деятельность учащихся, помогает выявить и устранить пробелы в знаниях, формирует стремление развить свои способности.

Педагогическое тестирование включает в себя несколько основных этапов: подготовка теста проведение теста и обработка результатов теста.

По форме заданий педагогические тесты бывают:

- тесты закрытого типа;
- тесты открытого типа;
- задания по установления соответствий;
- задания по упорядочиванию последовательности.

Выбирая на тот или иной ответ на вопрос теста, студент должен, прежде всего внимательно прочитать условия вопроса теста, вдумываясь в его смысл. Затем следует выбрать, по мнению студента, правильный ответ. Если по мнению студента несколько ответов являются правильными, то он должен выбрать тот, который максимально охватывает ответ на поставленный вопрос.

Тест состоит из вопросов и предлагаемых кратких формулировок возможных ответов на вопросы, что не позволяет охарактеризовать всю полноту того или иного явления. В ходе тестирования студент не имеет возможности давать свои комментарии к ответам. Однако основная суть выносимых на тестирование вопросов отражается в предлагаемых вариантах ответов.

В зависимости от формы контроля (текущий, промежуточный, выходной) преподаватель определяет точное количество вопросов теста и устанавливает время для решения теста.

Методические рекомендации по подготовке к устному опросу

Подготовка к опросу проводится в ходе самостоятельной работы студентов и включает в себя повторение пройденного материала по вопросам предстоящего опроса.

Помимо основного материала студент должен изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов. В среднем, подготовка к устному опросу по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 3 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы. Опрос предполагает устный ответ студента на один основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя. Ответ студента должен представлять собой развернутое, связанное, логически выстроенное сообщение. При выставлении оценки преподаватель учитывает правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, умение связывать теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью.

Значение и методика использования контрольной работы как инструмента контроля в образовательной сфере

Основной целью контрольной работы является проработка обучающимся подавляющего объема знаний, умений, владений, компетенций, предусмотренных дисциплиной (практикой, факультативом).

Контрольная работа в зависимости от специфики раздела учебного плана может включать в себя аналитическое осмысление конкретных ситуаций, проведение расчетов, разработку и научное обоснование предлагаемых путей решения тех или иных задач, проблем, ситуаций.

Контрольная работа может быть ограничена материалом только целевой дисциплины или обеспечивать междисциплинарные связи по отношению к разделам учебного плана, предшествующим периоду освоению дисциплины (практики, факультатива).

Контрольная работа должна быть основана на конкретном сценарии, задании, в разрезе возможных типов предлагаемых ситуаций:

1. Ситуация-проблема – представляет определенное сочетание фактов из реальной жизни. Задается реальная ситуация, которая имела положительные или отрицательные последствия. Обучающиеся должны вычленить проблему, сформулировать ее, определить, каковы были условия, какие выбирались средства решения проблемы, были ли они адекватны и почему и т.д. Проблемная ситуация создает условия для свободного осознанного выбора, через который происходит развитие, углубленное познание субъективных и объективных жизненных реалий.

2. Ситуация-оценка – описывает социально-экономическую ситуацию, выход из которой в определенном смысле уже найден. Обучающимся проводится критический анализ ранее принятых решений, дается мотивированное заключение по поводу произошедшего события. Коллективное обсуждение вариантов решения одной и той же ситуации существенно углубляет опыт обучающихся: каждый из них имеет возможность ознакомиться с вариантами решения одной и той же проблемы, послушать и взвесить множество оценок, дополнений и изменений.

3. Ситуация-иллюстрация – поясняет какую-либо проблему или ситуацию, относящуюся к определенной теме. Обучающимся предлагается самостоятельно смоделировать ситуацию-иллюстрацию к своим рассуждениям. Практика показывает, что предъявление таких заданий усиливает у обучающихся стремление к приобретению теоретических знаний для получения ответов на поставленные вопросы, развиваются аналитические способности, вырабатывается самостоятельность и инициативность в решениях.

4. Ситуация-упражнение – предусматривает применение уже принятых ранее положений и предполагает очевидные и бесспорные решения поставленных проблем. Такие ситуации помогают развивать определенные навыки (умения) в обработке или обнаружении данных, относящихся к исследуемой проблеме. Они носят в основном тренировочный характер, помогают приобрести опыт решения определенных задач.

5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

Тестовые задания

Тема 1. Система ценообразования на современном этапе развития международных экономических отношений

1. **Тестовый вопрос 1:** базисное условие цены FCA предполагает сдачу товара:
 - а) в порту назначения;
 - б) в порту отправления;
 - в) первому перевозчику в поименованном пункте;
 - г) **экспедитору в поименованном пункте.**
2. **Тестовый вопрос 2:** более высокую цену можно установить, если спрос:
 - а) единичной эластичности;
 - б) **неэластичный;**
 - в) сезонный;
 - г) эластичный.
3. **Тестовый вопрос 3:** в группу условий совершенной конкуренции входит условие:
 - а) **имеется много продавцов и покупателей и каждый из них производит лишь малую долю всего объема этого товара;**
 - б) информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна;
 - в) отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль для нового производителя и нет препятствия для выхода их из отрасли;
 - г) товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателя.
4. **Тестовый вопрос 4:** в какую сторону цена может отклоняться от стоимости:
 - а) цена всегда выше стоимости;
 - б) цена всегда равна стоимости;
 - в) **цена может быть выше или ниже стоимости;**
 - г) цена не может отклоняться от стоимости ни при каких условиях.
5. **Тестовый вопрос 5:** в России стратегия монополистического ценообразования:
 - а) законом не запрещена;
 - б) **запрещена законом;**
 - в) запрещена этикой рынка;
 - г) разрешается.
6. **Тестовый вопрос 6:** верхняя граница цены определяется:
 - а) затратами и максимальной прибылью;
 - б) **спросом;**
 - в) суммой внешних и внутренних затрат;
 - г) суммой постоянных и переменных затрат.
7. **Тестовый вопрос 7:** виды себестоимости:
 - а) **полная;**
 - б) **производственная;**
 - в) производственная;
 - г) реализационная;
 - д) рыночная;
 - е) **среднеотраслевая;**
 - ж) **цеховая.**

8. **Тестовый вопрос 8:** виды цен в зависимости от территории действия:
- а) гибкие;
 - б) единые;**
 - в) зональные;
 - г) контрактные;
 - д) **местные;**
 - е) рыночные;
 - ж) справочные.
9. **Тестовый вопрос 9:** государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами функции:
- а) распределительной;
 - б) регулирующей;**
 - в) стимулирующей;
 - г) учетно-измерительной.
10. **Тестовый вопрос 10:** государство устанавливает нижний лимит цен для:
- а) обеспечения необходимой прибыли организациям;
 - б) решения социальных вопросов;**
 - в) стимулирования инновационной деятельности;
 - г) фискальных целей.
11. **Тестовый вопрос 11:** декларирование цен – это:
- а) вид ценовой стратегии;
 - б) форма государственного контроля за ценами на продукцию;**
 - в) организаций-монополистов;
 - г) форма ценовой дискриминации;
 - д) форма ценовой конкуренции.
12. **Тестовый вопрос 12:** зависимость свободной розничной цены от косвенных налогов:
- а) зависимость равна 1;
 - б) обратно пропорциональная;
 - в) прямо пропорциональная;**
 - г) такой зависимости не прослеживается.
13. **Тестовый вопрос 13:** закупочные цены используются для:
- а) реализации промышленной продукции организациям;
 - б) реализации сельхозпродукции населению;
 - в) реализации сельхозпроизводителями своей продукции государству и организациям в больших объемах;**
 - г) скупки сырья и материалов у организаций.
14. **Тестовый вопрос 14:** затратный подход к ценообразованию основан на учете:
- а) всех фактических затрат на производство и сбыт товаров;**
 - б) зависит от спроса населения на товар;
 - в) постоянных затрат на производство товара;
 - г) прямых затрат на производство товара.
15. **Тестовый вопрос 15:** когда потолок цен устанавливается ниже равновесной цены, возникает:
- а) дефицит;**
 - б) избыток;
 - в) изменение предложения;
 - г) изменения объема продаж.

16. **Тестовый вопрос 16:** косвенные методы регулирования цен:
- а) введение рекомендательных цен по важнейшим видам продукции;
 - б) изменение акцизной ставки;
 - в) установление паритетных цен;
 - г) установление предельного норматива рентабельности.
17. **Тестовый вопрос 17:** маржинальная теория цены и ценообразования считает базой цены товара:
- а) качество;
 - б) полезность;
 - в) **предельную полезность;**
 - г) редкость.
18. **Тестовый вопрос 18:** на рынке свободной конкуренции организация придерживается:
- а) **адаптивной политики цен;**
 - б) маркетингового ценообразования;
 - в) политики доминирующего лидерства;
 - г) политики приспособления к ведущим конкурентам.
19. **Тестовый вопрос 19:** недостатки методов затратного ценообразования:
- а) **игнорирование информации о поведении конкурентов;**
 - б) игнорирование информации о поведении покупателей;
 - в) недостоверность исходных данных;
 - г) сложность сбора информации.
20. **Тестовый вопрос 20:** олигополия – это такая рыночная структура, при которой:
- а) **в отрасли незначительное количество производителей, которые могут согласовать свои действия;**
 - б) в отрасли один производитель и несколько покупателей, товар однороден;
 - в) товар однороден, входные барьеры отсутствуют, имеется один продавец и много покупателей;
 - г) товар однороден, имеется много продавцов и один покупатель.
21. **Тестовый вопрос 21:** определите переменные издержки единицы продукции (руб.), при условии, что точка безубыточности равна 500 ед., годовая сумма постоянных издержек составляет 70000 руб., цена продукции – 200 руб.:
- а) 140;
 - б) 2,5;
 - в) 350;
 - г) **60.**
22. **Тестовый вопрос 22:** определите точку безубыточности (шт.), если известно, что годовая сумма постоянных издержек составляет 56000 руб., цена продукции – 300 руб., переменные издержки – 100 руб.:
- а) 140;
 - б) 187;
 - в) **280;**
 - г) 560.
23. **Тестовый вопрос 23:** определить оптовую цену предприятия при условии, что полная себестоимость изделия составляет 350 руб., а норма прибыли 30%, НДС 10%:
- а) 455;
 - б) **500;**
 - в) 536,9;

г) 590.

24. **Тестовый вопрос 24:** основной метод установления цен:

- а) «снятия сливок»;
- б) захват потребительского излишка;
- в) максимум прибыли;
- г) обеспечение безубыточности;
- д) **средние затраты плюс прибыль.**

25. **Тестовый вопрос 25:** переменные затраты на единицу продукции:

- а) зависят от постоянных затрат;
- б) остаются неизменными;
- в) снижаются в зависимости от объема производства;
- г) **увеличиваются, если объем производства растет.**

26. **Тестовый вопрос 26:** под монополистической конкуренцией понимают такую структуру рынка, при которой:

- а) взаимодополняемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей;
- б) взаимодополняемые товары производятся небольшим числом независимых друг от друга производителей;
- в) **взаимозаменяемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей;**
- г) все товары производятся в условиях конкуренции.

27. **Тестовый вопрос 27:** показатель рентабельности продаж товара прямо пропорционален:

- а) величине косвенных налогов;
- б) **прибыли от реализации товара;**
- в) себестоимости товара;
- г) ценовым надбавкам.

28. **Тестовый вопрос 28:** политика фиксированных цен заключается в продаже товара по ценам:

- а) ниже себестоимости;
- б) определяемым торговым посредником;
- в) **утвержденным руководством организации.**

29. **Тестовый вопрос 29:** полная себестоимость продукции включает:

- а) альтернативные расходы;
- б) маржинальные расходы;
- в) **производственную себестоимость и расходы на продажу;**
- г) только производственную себестоимость.

30. **Тестовый вопрос 30:** при базисном условии цены CFR морская транспортировка осуществляется:

- а) на риск и за счет покупателя;
- б) на риск и за счет продавца;
- в) **на риск покупателя, но за счет продавца;**
- г) на риск продавца, но за счет покупателя.

31. **Тестовый вопрос 31:** при базисном условии цены FAS морская транспортировка осуществляется:

- а) **на риск и за счет покупателя;**
- б) на риск и за счет продавца;
- в) на риск покупателя, но за счет продавца;
- г) на риск продавца, но за счет покупателя.

32. **Тестовый вопрос 32:** при заключении контракта на условии поставки по цене СРТ обязанности продавца считаются выполненными:
- а) в момент прибытия товара к месту назначению, указанному в контракте;
 - б) при передаче товара первому перевозчику;**
 - в) при передаче товара экспедиторской компании;
 - г) при погрузке товара в железнодорожный вагон.
33. **Тестовый вопрос 33:** при каких базисных условиях поставки у продавца возникают издержки по транспортировке экспортных грузов за рубежом?
- а) CIF (CFR);
 - б) DAF;**
 - в) DEQ;
 - г) FOB.
34. **Тестовый вопрос 34:** этап жизненного цикла товара, на котором прибыль от продаж достигает максимального значения – этап:
- а) внедрения на рынок;
 - б) зрелости товара;**
 - в) насыщения рынка;
 - г) роста продаж;
 - д) спада.
35. **Тестовый вопрос 35:** признаки мировой цены – это:
- а) высокие экспортно-импортные тарифы;
 - б) наличие информации в печати;
 - в) платежи в свободно конвертируемой валюте;**
 - г) представительность;
 - д) регулируемость уровня цен государствами;
 - е) совершение крупных экспортных и импортных сделок.**
36. **Тестовый вопрос 36:** психология покупателя наиболее часто учитывается при исчислении:
- а) затрат на производство;
 - б) оптовой цены предприятия;
 - в) отпускной цены на продукцию производственного назначения;
 - г) розничной цены потребительских товаров.**
37. **Тестовый вопрос 37:** публикуемые (справочные) цены, как правило, являются ценами:
- а) взаимозачета;
 - б) обмена;
 - в) предложения;**
 - г) спроса.
38. **Тестовый вопрос 38:** пути снижения себестоимости:
- а) использование «черной» бухгалтерии;
 - б) переход на другую систему уплаты налогов;
 - в) применение ресурсосберегающих технологий;**
 - г) снижение производительности труда;
 - д) снижение трудоемкости продукции.**
39. **Тестовый вопрос 39:** равновесная цена – цена, при которой равны:
- а) объем реального производства и потенциальные возможности организации;
 - б) объем спроса на товар и объем его предложения;**
 - в) прибыль и затраты на производство товара;
 - г) рентабельность и затраты на производство товара.

40. **Тестовый вопрос 40:** разность между выручкой от продаж продукции и переменными затратами:
- а) валовая прибыль;
 - б) **маржинальная прибыль;**
 - в) чистая прибыль;
 - г) чистый доход.
41. **Тестовый вопрос 41:** расчетная цена участника внешнеторговой сделки – это:
- а) **нижний порог цены для участника сделки;**
 - б) цена другой сходной сделки на сходный товар;
 - в) цена, оглашенная в справочных каталогах и рекламных проспектах;
 - г) цена, по которой участник сделки желал бы продать (купить) товар.
42. **Тестовый вопрос 42:** регулирование государством цен посредством установления условий ценообразования осуществляется в формах:
- а) **государственного контроля за монопольными ценами;**
 - б) замораживания цен;
 - в) установления государственных прейскурантных цен;
 - г) установления максимального уровня разового повышения цен.
43. **Тестовый вопрос 43:** в форме применения каких цен может осуществляться регулирование цен на продукцию монополистов:
- а) **предельных;**
 - б) прейскурантных;
 - в) сезонных;
 - г) скользящих.
44. **Тестовый вопрос 44:** регулирование цен со стороны государства в условиях рыночной экономики:
- а) желательно только на предметы потребления;
 - б) не осуществляются;
 - в) **необходимо на ограниченный круг товаров;**
 - г) необходимо только на продукты питания.
45. **Тестовый вопрос 45:** регулируемая система цен в основном применяется:
- а) **в отраслях с естественной монополией;**
 - б) на мировом рынке;
 - в) на потребительском рынке;
 - г) на рынках средств производства.
46. **Тестовый вопрос 46:** регулируемые цены отличаются от свободных цен по:
- а) абсолютным показателям;
 - б) конъюнктуре мирового рынка;
 - в) натуральным показателям;
 - г) **степени и характеру вмешательства государства в ценообразование.**
47. **Тестовый вопрос 47:** сезонность может привести на рынке к:
- а) **колебаниям розничных цен;**
 - б) стабильности розничных цен;
 - в) шокам предложения;
 - г) шокам спроса.
48. **Тестовый вопрос 48:** спрос можно считать неэластичным, если:
- а) **при изменении цены спрос не изменится;**
 - б) при незначительном снижении цены спрос увеличится значительно;
 - в) при постоянной цене изменяется спрос;
 - г) при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно.

49. **Тестовый вопрос 49:** эластичность спроса по цене – это:
- а) отношение процентного изменения спроса к процентному изменению предложения товара;
 - б) **отношение процентного изменения спроса к процентному изменению цены;**
 - в) отношение процентного изменения цены к процентному изменению предложения товара;
 - г) отношение процентного изменения цены к процентному изменению спроса.
50. **Тестовый вопрос 50:** статьи калькуляции расчетной базы цены, относящиеся к прямым расходам:
- а) коммерческие расходы;
 - б) общехозяйственные расходы;
 - в) **сырье и материалы;**
 - г) **топливо и энергия на технологические цели.**
51. **Тестовый вопрос 51:** стратегия низких цен используется:
- а) **для прорыва на рынок;**
 - б) для товаров, выпускаемых в небольших объемах;
 - в) при больших финансовых затратах;
 - г) **при масштабном выпуске продукции.**
52. **Тестовый вопрос 52:** стратегия средних цен может быть представлена стратегией:
- а) «снятия сливок»;
 - б) дифференцированных цен;
 - в) проникновения на рынок;
 - г) **следования за лидером.**
53. **Тестовый вопрос 53:** стратегия, при которой установление цен на более низком уровне, чем по мнению большинства покупателей заслуживает товар с данной экономической ценностью называется стратегией:
- а) премиального ценообразования;
 - б) скидок;
 - в) скорейшего возврата средств;
 - г) **ценового прорыва.**
54. **Тестовый вопрос 54:** таможенная пошлина – это:
- а) **косвенный налог;**
 - б) личный налог;
 - в) прямой налог;
 - г) ценовое вознаграждение таможенного органа за его услуги.
55. **Тестовый вопрос 55:** тарифы как цены на услуги могут быть:
- а) макроэкономическими;
 - б) маржинальными;
 - в) **оптовыми;**
 - г) **розничными.**
56. **Тестовый вопрос 56:** тендер позволяет приобрести товар по:
- а) максимальной цене;
 - б) **минимальной цене;**
 - в) средней арифметической;
 - г) цене, максимально отражающей качество товара.
57. **Тестовый вопрос 57:** точка безубыточности – это:
- а) **объем производства, при котором производитель работает без убытков;**

- б) правильного ответа нет;
- в) уровень затрат, необходимый для производства продукции;
- г) цена, при которой организация начинает получать прибыль.

58. **Тестовый вопрос 58:** увеличить прибыль за счет установления высоких цен возможно:

- а) в условиях совершенной конкуренции;
- б) на олигопольном рынке;
- в) **при выпуске продукции, не имеющей аналогов;**
- г) при эластичном спросе.

59. **Тестовый вопрос 59:** условие, при котором продавец выполнил поставку, когда товар перешел через поручни судна в названном порту отгрузки. На продавца возлагается обязанность по таможенной очистке товара для экспорта. Это цена называется:

- а) DAF;
- б) DEQ;
- в) FAS;
- г) **FOB.**

60. **Тестовый вопрос 60:** условия «франко» зависят от:

- а) государственной политики;
- б) **особенностей его транспортировки;**
- в) **рыночной стратегии продавца;**
- г) **типа товара.**

61. **Тестовый вопрос 61:** цена спроса – это:

- а) **максимальная цена за товар;**
- б) минимальная цена, которую покупатель согласен заплатить;
- в) средняя цена за товар;
- г) цена, по которой совершается сделка.

62. **Тестовый вопрос 62:** ценовая стратегия, которую рекомендуется применять при неоднородности покупателей и возможности продажи одного и того же товара по нескольким ценам:

- а) дискриминации цен;
- б) **дифференциации цен;**
- в) конкурентного ценообразования.

63. **Тестовый вопрос 63:** ценовые стратегии разрабатываются:

- а) **при изменении цены своего товара конкурентом;**
- б) **при несоответствии цены на товар спросу;**
- в) при соответствии спроса и предложения;
- г) **при установлении цены на новый товар;**
- д) с целью стабилизации рынка.

64. **Тестовый вопрос 64:** цены биржевых операций называются:

- а) **котировки;**
- б) лимиты;
- в) оферты;
- г) тарифы.

65. **Тестовый вопрос 65:** цены по характеру обслуживаемого оборота:

- а) **закупочные;**
- б) мировые;
- в) монопольные;
- г) **оптовые;**
- д) престижные;

- е) региональные;
- ж) регулируемые;
- з) **розничные.**

66. **Тестовый вопрос 66:** цены, используемые ТНК во внутрифирменных расчетах:

- а) закупочные;
- б) оптовые;
- в) розничные;
- г) **трансфертные.**

67. **Тестовый вопрос 67:** через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Цена здесь выполняет:

- а) информационную функцию;
- б) распределительную функцию;
- в) стимулирующую функцию;
- г) **функцию сбалансирования спроса и предложения.**

Контролируемые компетенции: ПК-33, ПК-36.

Критерии оценки участия в устном опросе (в баллах):

– «Отлично» – ставится, если студент полностью раскрывает проблему, обозначенную в вопросе, способен грамотно аргументировать излагаемую точку зрения, хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен проводить сравнительный анализ различных источников;

– «Хорошо» – ставится, если студент в целом дает достаточно полный ответ на поставленный вопрос, приводит необходимые аргументы, но иногда затрудняется в обосновании излагаемой точки зрения;

– «Удовлетворительно» – ставится, если студент при ответе на поставленный вопрос раскрывает лишь отдельные аспекты рассматриваемой проблемы, недостаточно хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен частично аргументировать свою точку зрения, недостаточно хорошо знаком с источниками;

– «Неудовлетворительно» – ставится если студент не может даже частично ответить на поставленный вопрос, не ориентируется в изучаемом материале, не знаком с источниками.

Вопросы для проведения опроса

Тема 2. Цены во внешней торговле

Вопросы для устного опроса:

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.

Контролируемые компетенции: ПК-33, ПК-36.

Тема 3. Установление цен на продукцию топливно-энергетического и минерально-сырьевого комплекса

Вопросы для устного опроса:

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.

Контролируемые компетенции: ПК-33, ПК-36.

Критерии оценки участия в устном опросе (в баллах):

– «Отлично» – ставится, если студент полностью раскрывает проблему, обозначенную в вопросе, способен грамотно аргументировать излагаемую точку зрения, хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен проводить сравнительный анализ различных источников;

– «Хорошо» – ставится, если студент в целом дает достаточно полный ответ на поставленный вопрос, приводит необходимые аргументы, но иногда затрудняется в обосновании излагаемой точки зрения;

– «Удовлетворительно» – ставится, если студент при ответе на поставленный вопрос раскрывает лишь отдельные аспекты рассматриваемой проблемы, недостаточно хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен частично аргументировать свою точку зрения, недостаточно хорошо знаком с источниками;

– «Неудовлетворительно» – ставится если студент не может даже частично ответить на поставленный вопрос, не ориентируется в изучаемом материале, не знаком с источниками.

Задания для выполнения контрольной работы

Тема 4. Ценообразование с учетом фактора времени и электронная торговля

Задание «Ценовое моделирование и оценка финансовой результативности ценовой стратегии»

Предположим, что деятельность фирмы до сих пор характеризовалась следующими результатами (таблица 1):

Таблица 1

Цена ед. товара, руб.	Продажи, шт.	Валовые издержки, руб.
4000	10	30 000

Маркетологи фирмы предлагают снизить цену до 3750 руб. и обещают, что продажи удвоятся. На запрос, во что фирме обойдется производство вдвое большего объема продукции, бухгалтерия дала цифру 70 000 руб. Итак, после снижения цены результаты деятельности фирмы должны быть следующими (таблица 2):

Таблица 2

Цена ед. товара, руб.	Продажи, шт.	Валовые издержки, руб.
3750	20	70 000

На первый взгляд все нормально. Средние издержки производства составляют при удвоенном объеме выпуска 3500 руб. (70 000/20), а реализация идет по цене 3750 руб., что обеспечивает получение 250 руб. прибыли с каждой проданной единицы. Но проверим приемлемость снижения цены на основе расчета не только валовых и средних, но и маржинальных показателей.

Для этого определим маржинальные издержки производства 11–20-й ед. продукции. Получить эту величину можно с помощью следующей упрощенной схемы расчета:

$$MC_{11-20} = \frac{\Delta VI}{\Delta K} = \frac{70\,000 - 30\,000}{20 - 10} = \frac{40\,000}{10} = 4000 \text{ руб.},$$

где MC_{11-20} – маржинальные издержки производства 1 ед. продукции в диапазоне 11–20 шт.;

VI – прирост валовых издержек производства при увеличении объема выпуска;

K – прирост количества изготавливаемых товаров.

Таким образом, расчет маржинальных издержек показывает неприемлемость для фирмы такого варианта коммерческой политики, поскольку чем больше она будет продавать сверх исходных 10 шт., тем меньше будет валовая прибыль. Такая ситуация возникла вследствие превышения маржинальных издержек производства 11–20-й ед. продукции над ценой реализации этой продукции. В результате каждая проданная единица продукции из второго десятка принесет фирме убыток в 250 руб. (3750–4000).

Анализ ситуации может вызвать вопрос: почему рост объемов производства привел в данном случае к столь резкому росту средних издержек (себестоимости единицы продукции)? Не противоречит ли это общеизвестной логике проявления эффекта масштаба: чем больше масштаб производства, тем меньшая величина постоянных издержек приходится на каждую единицу выпущенной продукции и тем соответственно ниже средние издержки и выше прибыльность продаж?

Причин, по которым рост масштабов производства может приводить не к снижению, а к росту себестоимости единицы продукции, в практике можно найти немало, и поэтому мы ограничимся перечислением лишь наиболее часто встречающихся:

1) приобретение сырья, материалов или комплектующих для дополнительной партии продукции у нового поставщика, который согласился осуществлять поставки, но только по более высокой цене, чем у прежнего поставщика;

2) приобретение сырья, материалов или комплектующих для дополнительной партии продукции у нового поставщика, который согласился осуществлять поставки по той же цене, что и прежний, но добираться до него дальше и это влечет за собой рост транспортных издержек;

3) необходимость организации производства дополнительной партии продукции во вторую смену, но объем заказа не обеспечивает загрузки персонала и оборудования на протяжении всей смены;

4) необходимость увеличения расходов на рекламу и различные промоушн-акции, чтобы расширить границы рынка и получить возможность продавать дополнительно произведенную массу продукции.

Отсюда следует, что любой фирме необходимо строить систему учета издержек так, чтобы можно было определять не только общую их сумму и средние величины, но и маржинальные издержки, иначе решения об объемах производства и ценах могут оказаться ошибочными. На практике это означает, что в фирме должен быть налажен попроцессный и особенно позаказный метод учета издержек, но в отечественных фирмах это пока является скорее исключением, чем правилом.

Между тем без использования этих методов анализ, проведенный в примере, был бы просто невозможен. Если бы на этом предприятии применялся только «котловой» метод учета издержек, то бухгалтер на вопрос о том, во что обойдется изготовление 20 единиц продукции, искал бы ответ совсем по-иному. Он бы поделил валовые издержки при

производстве 10 шт. (30 000 руб.) на количество изготовленной продукции, получил бы средние издержки в 3000 руб. и умножил эту цифру на новое количество продукции (20 шт.), получив в итоге сумму в 60 000 руб., что не позволило бы менеджерам реально обнаружить невыгодность обсуждаемого ценового решения.

Задание: предложите фирме составить веерный проект по ценовому моделированию и определите оптимальный вариант ценовой стратегии с учетом рыночного и субъектного позиционирования фирмы.

Контролируемые компетенции: ПК-33, ПК-36.

Критерии оценки выполнения контрольной работы (в баллах):

– **«Отлично»** – ставится, если студент профессионально выполняет контрольную работу, аргументирует свою точку зрения, выстраивает последовательную цепочку рассуждений, иллюстрирует свои тезисы примерами из практики, при выступлении перед аудиторией демонстрирует свободное владение материалом, аргументированно отвечает на вопросы сокурсников и преподавателя, проявляет творческую инициативу, обосновывает свой ответ логическими рассуждениями;

– **«Хорошо»** – ставится, если студент хорошо выполняет контрольную работу, в основном аргументирует свою точку зрения, выстраивает последовательную цепочку рассуждений, частично иллюстрирует свои тезисы примерами из практики, при выступлении перед аудиторией демонстрирует достаточно свободное владение материалом, аргументированно отвечает на вопросы сокурсников и преподавателя, иногда допуская нелогические умозаключения;

– **«Удовлетворительно»** – ставится, если студент проявляет готовность к выполнению контрольной работы, но не достаточно хорошо аргументирует свою точку зрения, не выстраивает последовательную цепочку рассуждений, плохо иллюстрирует свои тезисы примерами из практики, при выступлении перед аудиторией демонстрирует не достаточно свободное владение материалом, не аргументированно отвечает на вопросы сокурсников и преподавателя, допуская существенные нарушения в логике рассуждений;

– **«Неудовлетворительно»** – ставится, если студент не способен выполнить контрольную работу, не аргументирует свою точку зрения, не выстраивает последовательную цепочку рассуждений, не иллюстрирует свои тезисы примерами из практики, при выступлении перед аудиторией не демонстрирует владение материалом, не отвечает на вопросы сокурсников и преподавателя, не имеет авторской позиции по рассматриваемой ситуации (кейс-задаче).

Вопросы к экзамену

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.

Контролируемые компетенции: ПК-33, ПК-36.

Оценка компетенций осуществляется в соответствии с Таблицей 4.

Критерии оценки:

– **«Отлично»** – ставится в случае, когда теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, студент легко ориентируется в пройденном материале, демонстрирует способность к аналитической деятельности и самостоятельность мышления;

– **«Хорошо»** – ставится в случае, когда теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, студент хорошо воспроизводит изученный материал, но затрудняется провести сравнительный анализ, дать самостоятельную оценку тому или иному явлению;

– **«Удовлетворительно»** – ставится в случае, когда теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному;

– **«Неудовлетворительно»** – ставится в случае, когда теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.