МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И.
Носова»

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИЕиС
Ю.В. Сомова

28.04.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Направление подготовки (специальность)
38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль/специализация) программы
Товарный консалтинг и экспертиза

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
очная

Институт/ факультет	Институт естествознания и стандартизации
Кафедра	Химии
Курс	3
Семестр	5

Магнитогорск
2025 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 985)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Химии 28.03.2025, протокол № 6

Зав. кафедрой _____ Н.Л. Медяник

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИЕиС 28.04.2025 г. протокол № 5

Председатель _____ Ю.В. Сомова

Рабочая программа составлена:
доцент кафедры Химии, канд. экон. наук _____ Ю.А. Карелина

Рецензент:
зав. кафедрой ТСиСА, д-р техн. наук _____ И.Ю Мезин

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Химии Протокол от __ _____ 20__ г. № __ Зав. кафедрой _____ Н.Л. Медяник
Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Химии Протокол от __ _____ 20__ г. № __ Зав. кафедрой _____ Н.Л. Медяник
Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Химии Протокол от __ _____ 20__ г. № __ Зав. кафедрой _____ Н.Л. Медяник
Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2029 - 2030 учебном году на заседании кафедры Химии Протокол от __ _____ 20__ г. № __ Зав. кафедрой _____ Н.Л. Медяник

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

получение представления основных принципов разработки и реализации ценовой стратегии, основных факторов, влияющих на цены, порядка и принципов установления оптимальных цен на предприятиях, методов анализа и прогноза цен; правильная методика установления цены, разумная ценовая политика, последовательная реализация глубоко обоснованной ценовой стратегии составляют необходимые компоненты успешной деятельности любого предприятия в жестких условиях рыночных отношений.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Ценообразование и система налогообложения входит в обязательную часть учебного плана образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Экономика организации

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Бизнес-планирование на предприятиях торговли

Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Ценообразование и система налогообложения» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	
УК-10.1	Понимает экономические законы, категории и принципы, возможности их использования в различных областях жизнедеятельности
УК-10.2	Использует экономические знания для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности
ОПК-1 Способен применять естественнонаучные и экономические знания при решении профессиональных задач в области товароведения;	
ОПК-1.1	Использует основные положения и методы экономических наук; основные понятия и методы естественнонаучных дисциплин в объеме, необходимом для профессиональной деятельности; научные основы физических, химических, физико- химических и биологических методов для оценки показателей качества и безопасности потребительских товаров
ОПК-1.2	Применяет экономические знания для анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач; естественнонаучные методы для решения товароведных задач; физические, химические, физико-химические и биологические методы как инструмент профессиональной деятельности
ОПК-1.3	Выбирает социально-экономические методы для анализа тенденций развития современного общества; методы оценки качества товаров; физическими, химическими, физико-химическими биологическими методами анализа; методами идентификации и выявления фальсификации товаров

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов, в том числе:

– контактная работа – 55 акад. часов:

– аудиторная – 54 акад. часов;

– внеаудиторная – 1 акад. часов;

– самостоятельная работа – 53 акад. часов;

– в форме практической подготовки – 0 акад. час;

Форма аттестации - зачет

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Раздел 1								
1.1 Ценообразование и характеристики рынка	5	2		2	2	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3
1.2 Теоретические и практические аспекты оценки и анализа эластичности спроса		2		4	2	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3
1.3 Методы сбора информации об изменении спроса при изменении цен.		2		4	4	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование Защита рефератов	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3

1.4 Система цен в экономике		2		4	2	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование Защита рефератов	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2
1.5 Методы государственного регулирования цен		2		4	4	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Защита рефератов	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3
1.6 Методы затратного ценообразования		2		2	8	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Защита рефератов	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3
1.7 Методы рыночного ценообразования		2		2	2	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Защита рефератов	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3
1.8 Стратегия цен и ценообразования		2		4	12	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Защита рефератов	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3
1.9 Учет риска при принятии ценовых решений		1		4	14	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Защита рефератов	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3

1.10 Экзамен		1		6		Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Подготовка к зачету	УК-10.1, УК-10.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3
Итого по разделу		18		36	53			
Итого за семестр		18		36	50		зачёт	
Итого по дисциплине		18		36	53		зачет	

5 Образовательные технологии

На сегодняшний день стали очевидны преимущества использования компьютера на лекционных и практических учебных занятиях. Объяснение нового материала с использованием презентаций, выполненных с помощью программ Microsoft Power Point и Microsoft Front Page, вызывает интерес у студентов, способствует лучшему усвоению материала. Использование компьютера на учебных занятиях позволяет преподавателю экономить время, опрашивать учащихся на каждом занятии, вести статистику опроса, выявлять западающие темы. Также одним из эффективных средств информационных технологий является электронный учебник. Исходя из этого, более 20% всех занятий проводятся с применением информационных технологий.

Для обеспечения наибольшей эффективности образовательного процесса в курсе данной учебной дисциплины используются в процессе обучения передовые образовательные технологии:

1) традиционные образовательные технологии (информационная лекция, практические (семинарские) занятия);

2) технология проблемного обучения (проблемная лекция, практические занятия в форме практикума, кейс-метода);

3) игровые технологии (ролевые и деловые игры);

4) технологии проектного обучения (творческий проект);

5) интерактивные технологии (семинар-дискуссия);

6) информационно-коммуникационные образовательные технологии (лекция-визуализация, практические занятия в форме презентации)

Лекционные занятия наряду с сообщением учебной информации предполагают и решение следующих дидактических задач: заинтересовать студентов изучаемой темой, разрушить неверные стереотипы, убедить в необходимости глубокого освоения материала, побудить к самостоятельному поиску и активной мыслительной деятельности, помочь совершить переход от теоретического уровня социально-экономического планирования в муниципальных образованиях к прикладным знаниям в данной области.

Проведение групповых (семинарских и практических) занятий предполагает решение разнообразных дидактических задач: закрепление полученных знаний, формирование умения применять их на практике, совершенствование умения работать с информацией, анализировать, обобщать, принимать и обосновывать решения, аргументировано защищать собственные взгляды в дискуссии, взаимодействовать с другими членами группы в процессе разрешения конфликтных ситуаций.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

1 Худжатов, М. Б. Ценообразование во внешней торговле. Практикум : учебное пособие / М. Б. Худжатов, Т. М. Воротынцева. — Санкт-Петербург : Интермедия, 2019. — 120 с. — ISBN 978-5-4383-0185-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1.Слепов, В.А. Ценообразование: учебник /В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова.- М.: Магистр, 2020. - 304 с. ISBN 978-5-9776-0455-0 - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=349115

2. Карпов, С.В Управление ценами:учебник / С.В. Карпов ,В.Н. Русин ,И.В. Рожков. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 236 с.: 60х90 1/16. - (Прикладной бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-9558-0432-3 - Режим доступа:

https://znanium.com/read?id=355433

б) Дополнительная литература:

1. Шуляк, П.Н. Ценообразование : учеб.-практическое пособие / П.Н. Шуляк , - 13-е изд., перераб. и доп. - М.:Дашков и К, 2018. - 196 с.: ISBN 978-5-394-01387-4 - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=1323011

2. Костина, Н. Н. Цены и ценообразование : учебное пособие / Н. Н. Костина ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2014. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Режим доступа: https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=1361.pdf&show=dcatalogues/1/1123814/1361.pdf&view=true.- Макрообъект.

3. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия): учебник / Е.Ю., Алексейчева, М.Д. Магомедов, И.Б. Костин. - М.:Дашков и К, 2018. - 298с.: ISBN 978-5-394-02129-9 - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=59204

4. Магомедов, М.Д. Ценообразование : учебник / М.Д. Магомедов, Е.Ю. Куломзина, Е.И. Чайкина. - М.:Дашков и К, 2017. - 248с.: ISBN 978-5-394-02663-8- Режим доступа: https://new.znanium.com/read?id=300710

в) Методические указания:

представлено в Приложении 3

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
7Zip	свободно распространяемое	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный институт промышленной собственности»	URL: http://www1.fips.ru/
Информационная система - Единое окно доступа к информационным ресурсам	URL: http://window.edu.ru/
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	https://dlib.eastview.com/

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

1.Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.

2. Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.

Комплекс тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.

3. Помещения для самостоятельной работы: обучающихся персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

4. Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: шкафы для хранения учебно-методической документации, учебного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Приложение 1

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

В процессе самостоятельного изучения дисциплины, подготовки к семинарским занятиям студенту необходимо найти и изучить рекомендуемую литературу, действующие законодательные и нормативные акты. Для осмысления прочитанного материала студенту предлагается ответить на вопросы. Решение тестов, ситуационных и аналитических задач научит студентов самостоятельно принимать управленческие решения.

Организационно-методические рекомендации для подготовки к практическим (семинарским) занятиям

Семинар (лат. seminarium - буквально: «рассадник») – учебное занятие, в ходе которого организуется обсуждение фундаментальных или дискуссионных проблем изучаемой науки и связанной с ней практической деятельности.

В целях более подробного и адекватного современной ситуации анализа проблем управления студентам рекомендуется обращаться к периодической литературе и материалам средств массовой информации, в которой можно найти не только аналитические статьи по различным аспектам обозначенных в тематике семинарских занятий проблем, но и статистические данные, материалы прикладного характера, нормативные документы. Целесообразно не ограничиваться указанными источниками, а осуществлять собственный поиск теоретических и практических материалов, что является одним из элементов самостоятельной информационно-аналитической работы студентов.

Подготовка к семинарским занятиям по дисциплине должна включать следующие аспекты:

1) знакомство с соответствующими главами учебника; оптимальным был бы вариант работы не с одним учебником, так как разными авторами избран различный подход к предмету, и полезно понять особенности подходов, сравнить их, чтобы выработать свою позицию;
2) чтение конспекта лекции;
3) чтение и осмысление одного-двух источников из приведенного списка литературы.

Выбор дополнительных первоисточников, которые могут оказать помощь при подготовке к выступлению и позволят организовать на семинаре дискуссию, студент осуществляет по своему усмотрению, в соответствии со своими интересами, ориентируясь на вопросы семинарского занятия.

Выступление на семинаре должно быть достаточно аргументированным, занимать по времени не более трех минут. В ходе выступления желательно сопоставить точки зрения различных авторов на излагаемую проблему. Предпочтительно, чтобы по одному вопросу выступило несколько студентов, высказывая свои мнения, дополняя друг друга. В идеале семинарское занятие должно проходить в форме дискуссии. Результаты работы студентов на семинарских занятиях обязательно учитываются преподавателем при выставлении баллов.

Тема 1.Ценообразование и характеристики рынка.

Контрольные вопросы

1. В чем заключается сущность учетно-измерительной функции цен? Может ли цена товара отличаться от стоимости?

2. В расчете каких показателей, характеризующих эффективность производства, участвует цена?

3. Через какие каналы осуществляется распределительная функция цен?

4. Как связаны между собой функция сбалансирования спроса и предложения и распределительная функция?

5. Какую роль играют цены на рынке совершенной конкуренции? Могут ли действия отдельной фирмы на рынке свободной конкуренции изменить рыночную цену?

6. Является ли рынок хлебобулочных изделий конкурентным? Ответьте на этот вопрос, используя категорию «признаки конкурентного рынка». Как отражаются характеристики этого рынка на ценообразовании на данные изделия?

7. На каком рынке монопольная власть выше: на рынке алкогольных напитков или на рынке шоколада? Как это отражается на ценах?

8. В чем сходство и различие рынка монополистической конкуренции и конкурентного рынка? Могут ли эффективно осуществляться одинаковые действия в области ценообразования на рынках этих типов?

9. Почему решения производителей на олигопольных рынках являются взаимосвязанными? Как проявляется эта взаимосвязь при установлении цен на их товары?

10. Приведите примеры стимулирующего воздействия цены на действия продавцов и покупателей товара.

11. Приведите аргументы «за» и «против» регулирования цен естественного монополиста, учитывая особенности естественной монополии.

12. Перечислите и обсудите признаки рынка монополистической конкуренции. Как они влияют в области ценообразования на действия фирм?

13. Что такое монопольная власть и от чего она зависит? Как монопольная власть проявляется в ценообразовании на продукцию предприятия-монополиста?

14. Какое значение имеет рыночная власть при установлении цены на рынке монополистической конкуренции? Приведите примеры разной степени рыночной власти фирм на подобных рынках.

15. Приведите примеры рынков монополистической конкуренции. Каковы особенности ценообразования на этих рынках?

16. Перечислите и обсудите характеристики олигопольного рынка, оказывающие наиболее значимое воздействие на ценообразование.

Темы рефератов

1. Анализ безубыточности ценовых решений

2. Биржи и аукционы: принципы торговли, особенности ценообразования

3. Виды маркетинговых стратегий ценообразования, условия их применения

4. Влияние конкуренции на процесс формирования цен

Тестовые задания:

1. Что из следующих утверждений соответствует рыночной экономике?

1. Цены на рынке определяет государство.

2. Цены на рынке находятся под контролем государства.

3. Уровень цен на рынке определяется отношениями между продавцами и покупателями.

4. Цены на рынке определяются отдельным лицом.

2. Какая из функций цены помогает производителю товара определить оптимальную структуру и уровень цены:

1. Учетная.

2. Стимулирующая.

3. Перераспределительная.

4. Балансирования спроса и предложения.

5. Рационального размещения производства.

3. Выберите правильный ответ.

1. Цена -ределенная сумма денег или товара, которые покупатель согласен отдать за приобретаемый товар.

2. Цена -количество денег (товаров, услуг), за которые продавец согласен продать, а покупатель готов приобрести единицу товара или услуги.

3. Цена -это денежные затраты на производство единицы товара или услуги.

4. Цена -это затраты труда и денежных средств, выраженных в денежном выражении на единицу товара или услуги.

4. Для стадии «зрелости» жизненного цикла товаров характерно:

1. отсутствие конкуренции;

2. продукт впервые сталкивается с конкурентами;

3. рынок насыщается продуктом, ослабевает конкуренция;

4. для потребителей появляется возможность выбора товара;

5. товар заканчивает свое существование.

5. Установите, что входит в понятие «факторы производства»:

а) издержки производства и рентабельность продукции;

б) основные и оборотные фонды;

в) труд, земля, капитал;

г) недвижимость, денежные активы;

д) акции, облигации.

6. Эффективность общественного производства –это:

а) рыночная стоимость произведенной в народном хозяйстве продукции;

б) прирост объема производства продукции за определенный период;

в) затраты на создание новых основных производственных фондов;

г) экономия от снижения себестоимости выпускаемой продукции;

д) экономическая категория, характеризующая результативность производства в сопоставлении с затратами производственных ресурсов или
общественными потребностями.

7. Альтернативные издержки –это:

а) трудоемкость изготовления единицы продукции;

б) общая сумма затрат на изготовление единицы продукции;

в) количество другого продукта, которым, необходимо пожертвовать, чтобы увеличить объем
производства данного продукта на единицу;

г) издержки на изготовление единицы продукта при использовании альтернативного технологического процесса;

д) экономическая категория, характеристика которой отсутствует среди приведенных выше ответов.

8. Закон спроса предполагает, что:

а) превышение предложения над спросом вызовет снижение цены;

б) если доходы у потребителей растут, они обычно покупают больше товаров;

в) кривая спроса обычно имеет положительный наклон;

г) когда цена товара падает, объем планируемых покупок растет.

9. Какой термин отражает способность и желание людей платить за что-либо:

а) потребность;

б) спрос;

в) необходимость;

г) желание?

10. Рыночный спрос не испытывает влияния:

а) доходов потребителей;

б) цен на взаимосвязанные товары;

в) цен на ресурсы;

г) численности покупателей.

11. Если предложение и спрос на товар возрастают, то:

а) цена повысится;

б) увеличится общее количество товара;

в) цена останется стабильной;

г) благосостояние общества возрастет.

12.Если цена товара ниже точки

пересечения кривой спроса и кривой предложения, то возникнет:

а) избыток;

б) дефицит;

в) рост безработицы;

г) все варианты неверны.

13. Закон предложения, если цены растут, а прочие условия неизменны, проявляется:

а) в росте предложения;

б) в снижении предложения;

в) в росте объема предложения;

г) в падении объема предложения.

14. Спрос и предложение могут быть использованы для объяснения координирующей

роли цены:

а) на товарном рынке;

б) на рынке ресурсов;

в) на валютном рынке;

г) на любом рынке.

Тема 2. Теоретические и практические аспекты оценки и анализа эластичности спроса.

Контрольные вопросы

1. Какую роль играют в ценообразовании коэффициенты эластичности?

2. Как «показное потребление» влияет на эластичность спроса по цене?

3. Как на чувствительность покупателя к цене влияет наличие на рынке заменяющих товаров?

4. Какие факторы определяют эластичность спроса на товары-инновации?

5. Какие типы товаров можно выделить с точки зрения их влияния на уровни цен друг друга?

6. Какой из типов связи между товарами порождает сезонные колебания спроса на сахар?

7. Как изменится поведение покупателей при отсутствии товаров-заменителей? В чем заключаются экономические преимущества фирмы, выпускающей уникальные товары?

8. Зачем фирмы расширяют параметрический ряд товаров наиболее совершенными и дорогостоящими модификациями?

9. Различается ли эластичность спроса по цене в краткосрочном и долгосрочном периодах? Почему?

10. Почему снижение цен на авиаперевозки ценится деловыми пассажирами гораздо меньше, чем различные формы вознаграждения, которые предлагают авиакомпании постоянным клиентам?

11. Для каких товаров повышение цены может стать фактором роста объемов реализации?

12. Две подруги зашли в кафе и заказали мороженое, не глядя на цену. Первая попросила два шарика мороженого, а вторая на 50 руб. Оцените для каждой подруги эластичность спроса по цене.

13. Фирма «Эльдорадо» предлагает покупателям в период с 1 по 8 марта товары со скидкой 10%. Какой вид эластичности обосновывает применение данной скидки?

Темы рефератов:

1.Возможности использования экономической теории в практике ценообразования

2. Вопросы чувствительности покупателей к различным уровням цен

3. Государственное регулирование цен: мера централизованного воздействия на рынок. Виды государственного регулирования цен (опыт иностранных государств)

4. Государственное регулирование цен: мера централизованного воздействия на рынок. Виды государственного регулирования цен (опыт России)

Тестовые задания:

1. Ценовая эластичность спроса будет выше:
а) На товары первой необходимости, чем на предметы роскоши.
б) В тех случаях, когда потребители используют данный товар с наибольшей пользой для себя

в)Чем больше альтернативные издержки производства товаров.
г)Чем менее необходим товар потребителю.
д)Ни в одном из перечисленных случаев.

2.Сокращение предложения товара ведет к увеличению:
а) Спроса на взаимодополняемые товары.
б) Общей выручки продавца, если спрос на товар является эластичным по цене.
в) Общей выручки продавца, если спрос на товар является неэластичным по доходу.
г) Спроса на этот товар.
д) Спроса на взаимозаменяемые товары.

3. Цена на хлеб возросла с 3000 рублей до 3600 рублей. При этом величина спроса снизилась на 20%. Можно сказать, что в среднем в данном интервале цен спрос ...
а) эластичен по цене;
б) не эластичен по цене;
в) имеет эластичность, равную единице.
г) Данных недостаточно, чтобы сделать какие-то выводы об эластичности спроса.

4. Если однопроцентное сокращение цены на товар приводит к двухпроцентному увеличению объема спроса на него, то этот спрос:
а) Неэластичный.
б) Эластичный.
в) Единичной эластичности.
г) Абсолютно неэластичный.
д) Абсолютно эластичный.

5. Если цена товара выросла с 1,5 долл. до 2 долл., а объем спроса сократился с 1000 до 900 единиц, то коэффициент ценовой эластичности равен:
а) 3,00. б) 2,71. в) 0,37. г) 0,33. д) 1,5.

6. Какое из следующих утверждений не относится к характеристике эластичного спроса на товар?
а) Коэффициент ценовой эластичности меньше единицы.
б) Общая выручка продавца сокращается, если цена растет.
в) Покупатели относительно чутко реагируют на изменения цены.

г) Относительное изменение объема спроса больше, чем относительное изменение цены.
д) Общая выручка продавца растет, если цена уменьшается.

7. Какое из следующих утверждений не относится к характеристике неэластичного спроса на товар?
а) Имеется большое число товаров-заменителей.
б) Покупатели расходуют на его покупку незначительную долю своего дохода.
в) Данный товар является для потребителей товаром первой необходимости.
г) Период времени, в течение которого предъявляется спрос, является очень коротким.
д) Относительное изменение объема спроса меньше, чем относительное изменение цены.

8. Если уменьшение цены на 5% приводит к снижению объема предложения на 8%, то данное предложение:
а) Неэластично.
б) Единичной эластичности.
в) Эластично.
г) Абсолютно эластично.
д) Абсолютно неэластично.

9. Если предложение товара неэластично, а спрос на него сокращается, то общая выручка продавца:
а) Растет.
б) Сокращается.
в) Сокращается в том случае, если спрос является эластичным.
г) Сокращается в том случае, если спрос является неэластичным.
д) Остается неизменной.

10. Эластичность предложения зависит главным образом от:
а) Числа товаров-заменителей данного продукта.
б) Периода времени, в течение которого продавцы могут приспособиться к изменениям цен.
в) Того, является ли данный товар предметом первой необходимости или роскоши.
г) Того, относится ли данный товар к предметам длительного пользования или текущего потребления.
д) Доли дохода потребителя, направляемой на покупку данного товара.

11. Коэффициент ценовой эластичности спроса равен:
а) Уменьшению цены, деленному на увеличение объема спроса.
б) Изменению общей выручки (в %), деленному на увеличение объема спроса (в %).
в) Уменьшению общей выручки (в %),деленному на увеличение цены (в %).
г) Изменению объема спроса (в %), деленному на изменение цены (в %).
д) Ни одному из приведенных показателей.

12. Кривая абсолютно неэластичного спроса представляет собой:
а) Вертикальную линию.
б) Горизонтальную линию.
в) Кривую линию.
г) Прямую линию с отрицательным наклоном.
д) Кривую линию с положительным наклоном.

13. В случае, если, несмотря на изменения цены товар.1, общая выручка

не изменяется, коэффициент ценовой эластичности:
а) Больше 1.
б) Меньше 1.
в) Равен 0.
г) Равен 1.
д) Равен бесконечности.

14. Неэластичный спрос означает, что:
а) Рост цены на 1% приводит к сокращению величины спроса менее, чем на 1%.
б) Рост цены на 1% приводит к сокращению величины спроса более, чем на 1%.

в) Любое изменение цены не приводит к изменению общей выручки.
г) Рост цены на 1% не влияет на величину спроса.
д) Ни одно из утверждений не является верным.

15. Если любое количество товара продается по одинаковой цене, то спрос на этот товар является:
а) Абсолютно неэластичным.
б) Абсолютно эластичным.
в) Эластичным.
г) Неэластичным.
д) Спросом единичной эластичности.

16. Какое из указанных ниже значений коэффициента эластичности по доходу относится к товарам первой необходимости?
а) Меньше 0.
б) Больше 0, но меньше 1.
в) Больше 1.
г) 1.
д) Ни одно из приведенных значений.

Тема 3. Методы сбора информации об изменении спроса при изменении цен

Контрольные вопросы

1. Какие параметры могут использоваться для количественной оценки чувствительности покупателей к ценам?

2. При каких условиях материалы торговой статистики позволяют получить корректные оценки чувствительности покупателей к ценам?

3. Какие агрегированные данные могут использоваться для оценки реакции покупателей на изменение цен, для оценки динамики цен? Какие формы статистической отчетности организации содержат необходимую для этих целей информацию?

4. Дайте характеристику возможностей использования компьютерных баз данных для решения задач сбора информации о поведении покупателей.

5. В чем достоинства и недостатки информации, полученной с помощью панели покупателей? Как формируется панель покупателей?

6. Чем различаются методы сбора информации о реакции покупателей на изменение цен в условиях контролируемого эксперимента и неконтролируемого эксперимента?

7. В каких случаях рекомендуется получить информацию о поведении покупателей на основе анкетного опроса покупателей?

8. В чем суть декомбинационного анализа? В исследовании рынка каких товаров он находит наибольшее распространение?

9. Как влияют современные компьютерные технологии на развитие методов сбора информации о поведении покупателей?

10. Какие службы на предприятии занимаются сбором информации о поведении покупателей?

11. Какими методами можно составить прогноз динамики цен?

12. В каких случаях для прогнозирования динамики цен не следует использовать метод прогнозной экстраполяции?

Темы рефератов:

1. Методы исследования ценовой динамики. Средние цены. Индексы

2. Методы оценки риска в расчётах цен

3. Методы прогнозирования цен в условиях рынка

4. Методы ценообразования: антагонизм затратных и рыночных методов

Тестовые задания

1. К методам затратного ценообразования относятся:

а) метод удельного ценообразования;

б) калькулирование по полным затратам;

в) параметрические методы;

г) агрегатный метод.

2. Калькулирование по полным затратам:

а) не учитывает постоянные затраты;

б) не учитывает переменные затраты;

в) определяет цену с учетом постоянных и переменных затрат;

г) учитывает спрос покупателей.

3. Недостатки методов затратного ценообразования:

а) сложность сбора информации;

б) недостоверность исходных данных;

в) игнорирование информации о поведении покупателей;

г) игнорирование информации о поведении конкурентов.

4. Калькулирование по сокращенным затратам:

а) учитывает постоянные затраты;

б) учитывает переменные затраты;

в) учитывает прямые затраты на материалы;

г) учитывает мнения экспертов.

5. Причины широкого распространения методов затратного ценообразования на практике:

а) доступность информации об издержках;

б) справедливость по отношению к участникам товарообменной операции;

в) наиболее точный расчет рыночной цены;

г) надежность информации.

6. Если производитель контролирует цену конечной продажи, то при расчете розничной цены следует использовать:

а) торговую надбавку;

б) торговую скидку;

в) оптовую скидку;

г) сезонную скидку.

7. Если мощности предприятия загружены не полностью, то нижней границей цены являются:

а) полные затраты на производство и реализацию;

б) сокращенные затраты;

в) себестоимость и среднеотраслевая прибыль;

г) материальные затраты.

8. При благоприятной конъюнктуре рынка нижняя граница цены включает:

а) полные затраты на производство и реализацию;

б) сокращенные затраты;

в) себестоимость и среднеотраслевую прибыль;

г) материальные затраты.

9. Постоянные затраты могут включаться в себестоимость пропорционально:

а) переменным затратам;

б) материальным затратам;

в) заработной плате;

г) количеству продукции.

10. Если цена товара неэластичного спроса выросла с7 до 8 долл., то выручка:
а) Сократилась.
б) Выросла.
в) Осталась неизменной.
г) Абсолютно неэластична.
д) Абсолютно эластична.

11. Фирма производит и продает два товара - А и Б. А- имеет много заменителей; Б -занимает значительную долю в расходах потребителей. Увеличение цены на каждый товар приведет к:
а) Увеличению выручки от продажи товара А и сокращению выручки от продажи товара Б.
б) Увеличению выручки от продажи товара А и товара Б.
в) Сокращению выручки от продажи товара А и увеличению выручки от продажи товара Б.
г) Сокращению выручки от продажи товара А и товара Б.
д) Тому, что выручка от продажи товара А и товара Б останется неизменной.

12. Ценовая эластичность спроса будет расти с увеличением продолжительности периода, в течение которого предъявляется спрос, так как:
а) Доходы потребителей увеличатся.
б) Произойдет сдвиг вправо кривой спроса.
в) Вырастет общий уровень цен.
г) Потребители смогут приобрести товары-заменители.
д) Все ответы верны.

13. Что произойдет со спросом на товар, если цена на него поднимется?

1. Спрос оста

нется прежним.

3. Спрос превысит предложение.

2. Спрос соответственно повысится.

4. Спрос уменьшится.

Тема 4. Система цен в экономике.

Контрольные вопросы:

1. Дайте характеристику основным структурным элементам оптовой (отпускной) цены, цены закупки, розничной цены.

2. Как влияет на структуру розничной цены изменение каналов движения товара от продавца к покупателю?

3. Предприятие общественного питания (столовая) реализует обеды юридическим лицам за талоны. Является ли цена обедов оптовой или розничной?

4. Назовите основные источники информации о ценах товаров и услуг.

5. Почему цены фактических сделок обычно отличаются от прейскурантных цен? Какую роль играют прейскурантные цены?

6. Можно ли рассчитать среднегодовую цену картофеля по средней арифметической? В каких случаях может быть применена средняя арифметическая?

7. Какие цены в условиях инфляции наиболее выгодны продавцу, а какие - покупателю?

8. Какие элементы цены обычно составляют ее скользящую часть, а какие - подвижную?

9. Что такое «лимит скольжения»?

10. Почему при расчете сопоставимых цен могут использоваться разные индексы? Назовите известные вам индексы, применяемые для этих целей.

Темы рефератов

1.Затратное и ценностное ценообразование

2.Организация контроля за соблюдением государственной дисциплины цен

3. Понятие и показатели рыночной конъюнктуры

4. Проблемы ценообразования в добывающих отраслях

Тестовые задания

1. На уровне субъектов федерации цены регулируются:

а) на перевозки пассажиров и багажа всеми видами общественного транспорта в городском и пригородном сообщениях;

б) протезно-ортопедические изделия;

в) услуги систем водоснабжения и канализации;

г) плату за обучение в вузах;

д) оплату населением жилья и коммунальных услуг.

2. Регулирование цен на продукцию ликероводочной промышленности осуществляется в форме:

а) предельного уровня рентабельности;

б) фиксированных цен;

в) предельно высоких цен;

г) предельно низких цен.

3. Государство регулирует:

а) торговые надбавки на обувь;

б) торговые надбавки на продукты детского питания;

в) торговые надбавки на товары, реализуемые на Крайнем Севере и в приравненных к нему районах;

г) торговые надбавки на ткани.

4. Цены регулируются на уровне субъектов Федерации:

а) на услуги, оказываемые предприятиям промышленности железнодорожным транспортом на подъездных путях;

б) керосин;

в) протезно-ортопедические изделия;

г) топливо твердое, реализуемое для населения.

5. К косвенным методам регулирования цен можно отнести:

а) установление предельного норматива рентабельности;

б) установление рекомендательных цен по важнейшим видам продукции;

в) изменение акцизной ставки;

г) установление паритетных цен.

6. Цена предельная - это:

а) цена, при которой объем спроса на товар равен объему его предложения;

б) максимальное количество денег, которое покупатель готов заплатить за товар;

в) значение цены, устанавливаемое государством в качестве ее верхнего или нижнего предела;

г) цена, складывающаяся на рынке в ходе взаимодействия продавцов и покупателей.

7. К продукции, цены на которую регулируются на федеральном уровне, относятся:

а) алмазное сырье и драгоценные камни;

б) газ природный, реализуемый населению;

в) электро- и теплоэнергия, тарифы на которые регулируются ФЭК;

г) ликероводочная продукция крепостью свыше 28%, ввозимая на территорию Российской Федерации.

8. Регулирование цен на продукцию предприятий-монополистов может осуществляться в форме установления:

а) скользящих цен;

б) предельных цен;

в) сезонных цен;

г) прейскурантных цен.

9.Цена спроса -это:

1. Минимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за данный товар.

2. Максимальная цена,

которую покупатели согласны заплатить за данный товар.

3. Максимальная цена, по которой производители реализуют товар на рынке.

4. Цена, по которой совершается сделка.

10. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый вызовет:

а) падение спроса на второй товар;

б) рост спроса на второй товар;

в) увеличение объема спроса на второй товар;

г) падение объема спроса на второй товар.

.

Тема 5. Методы государственного регулирования цен

Контрольные вопросы

1. Какие цели преследует государственное регулирование цен?

2. Эффективно ли государственное регулирование цен?

3. Чем отличается прямое регулирование цен от косвенного?

4. Какие методы включает косвенное регулирование цен?

5. Почему переход к рынку в нашей стране начался с перехода к свободному ценообразованию?

6. На какие товары и услуги регулирование цен осуществляется на федеральном уровне? Почему?

7. На какие товары и услуги регулирование цен осуществляется на уровне субъектов Федерации?

8. В чем заключается основной недостаток регулирования цен посредством установления предельного уровня рентабельности и предельного размера снабженческо-сбытовой надбавки?

9. Какие цели преследует регулирование предельных цен?

10. Чем отличается понятие «предельная цена» от понятия «фиксированная цена»?

11. Каковы причины дифференциации тарифов на услуги жилищно-коммунального хозяйства в субъектах РФ?

Темы рефератов

1. Психологические проблемы ценообразования

2.Развитие и современное представление о категории «цена». Виды цен, их классификация

3. Рыночный спрос и его эластичность

4. Система коммерческих скидок как инструмент ценовой политики

Тестовые задания

1. На уровне субъектов федерации цены регулируются:

а) на перевозки пассажиров и багажа всеми видами общественного транспорта в городском и пригородном сообщениях;

б) протезно-ортопедические изделия;

в) услуги систем водоснабжения и канализации;

г) плату за обучение в вузах;

д) оплату населением жилья и коммунальных услуг.

2. Регулирование цен на продукцию ликероводочной промышленности осуществляется в форме:

а) предельного уровня рентабельности;

б) фиксированных цен;

в) предельно высоких цен;

г) предельно низких цен.

3. Государство регулирует:

а) торговые надбавки на обувь;

б) торговые надбавки на продукты детского питания;

в) торговые надбавки на товары, реализуемые на Крайнем Севере и в приравненных к нему районах;

г) торговые надбавки на ткани.

4. Цены регулируются на уровне субъектов Федерации:

а) на услуги, оказываемые предприятиям промышленности железнодорожным транспортом на подъездных путях;

б) керосин;

в) протезно-ортопедические изделия;

г) топливо твердое, реализуемое для населения.

5. К косвенным методам регулирования цен можно отнести:

а) установление предельного норматива рентабельности;

б) установление рекомендательных цен по важнейшим видам продукции;

в) изменение акцизной ставки;

г) установление паритетных цен.

6. Цена предельная - это:

а) цена, при которой объем спроса на товар равен объему его предложения;

б) максимальное количество денег, которое покупатель готов заплатить за товар;

в) значение цены, устанавливаемое государством в качестве ее верхнего или нижнего предела;

г) цена, складывающаяся на рынке в ходе взаимодействия продавцов и покупателей.

7. К продукции, цены на которую регулируются на федеральном уровне, относятся:

а) алмазное сырье и драгоценные камни;

б) газ природный, реализуемый населению;

в) электро- и теплоэнергия, тарифы на которые регулируются ФЭК;

г) ликероводочная продукция крепостью свыше 28%, ввозимая на территорию Российской Федерации.

8. Регулирование цен на продукцию предприятий-монополистов может осуществляться в форме установления:

а) скользящих цен;

б) предельных цен;

в) сезонных цен;

г) прейскурантных цен.

9. Что из ниже перечисленного относится к деятельности естественных монополий?

1. Добыча нефти.

2. Услуги портов.

3. Морские перевозки.

4. Добыча угля

Тема 6. Методы затратного ценообразования

Контрольные вопросы

1. В чем состоят основные недостатки затратного ценообразования?
2. Почему методы затратного ценообразования достаточно распространены на практике?
3. Чем торговая скидка отличается от торговой наценки?
4. В чем суть методов калькулирования по полным затратам?
5. Какие задачи можно решить, применяя калькулирование по сокращенным затратам?
6. Как определить нижнюю границу цены товара?

Темы рефератов

1. Ценообразование и стимулирование продаж. Влияние рекламы на ценообразование
2. Ценообразование на рынке транспортных услуг
3. Ценообразование на рынке ценных бумаг
4. Ценообразование при индивидуальных прямых продажах

Тестовые задания

1. К методам затратного ценообразования относятся:

а) метод удельного ценообразования;

б) калькулирование по полным затратам;

в) параметрические методы;

г) агрегатный метод.

2. Калькулирование по полным затратам:

а) не учитывает постоянные затраты;

б) не учитывает переменные затраты;

в) определяет цену с учетом постоянных и переменных затрат;

г) учитывает спрос покупателей.

3. Недостатки методов затратного ценообразования:

а) сложность сбора информации;

б) недостоверность исходных данных;

в) игнорирование информации о поведении покупателей;

г) игнорирование информации о поведении конкурентов.

4. Калькулирование по сокращенным затратам:

а) учитывает постоянные затраты;

б) учитывает переменные затраты;

в) учитывает прямые затраты на материалы;

г) учитывает мнения экспертов.

5. Причины широкого распространения методов затратного ценообразования на практике:

а) доступность информации об издержках;

б) справедливость по отношению к участникам товарообменной операции;

в) наиболее точный расчет рыночной цены;

г) надежность информации.

6. Если производитель контролирует цену конечной продажи, то при расчете розничной цены следует использовать:

а) торговую надбавку;

б) торговую скидку;

в) оптовую скидку;

г) сезонную скидку.

7. Если мощности предприятия загружены не полностью, то нижней границей цены являются:

а) полные затраты на производство и реализацию;

б) сокращенные затраты;

в) себестоимость и среднеотраслевая прибыль;

г) материальные затраты.

8. При благоприятной конъюнктуре рынка нижняя граница цены включает:

а) полные затраты на производство и реализацию;

б) сокращенные затраты;

в) себестоимость и среднеотраслевую прибыль;

г) материальные затраты.

9. Постоянные затраты могут включаться в себестоимость пропорционально:

а) переменным затратам;

б) материальным затратам;

в) заработной плате;

г) количеству продукции.

Тема 7. Методы рыночного ценообразования

Контрольные вопросы

1. Чем отличаются рыночные методы ценообразования от затратных?

2. От каких факторов зависит и как определяется общая ценность товара для покупателей?

3. Что такое «премия покупателю» и чем она отличается от «премии за репутацию»?

4. Какие методы можно использовать для определения значимости отличий?

5. В каких отраслях наиболее распространены параметрические методы ценообразования?

6. Что такое параметрический ряд? Приведите примеры параметрических рядов.

7. В чем заключается преимущество методов параметрического ценообразования перед методами затратного ценообразования?

8. Кто может выступать в роли экспертов при определении цены товара методом ранговой корреляции?

9. В каких случаях следует использовать балльный метод? В чем заключаются его преимущества и недостатки?

Темы рефератов

1. Ценовая политика и стратегия предприятия

2. Ценообразование в условиях монополистической конкуренции

3. Ценообразование в условиях олигополии. Дилемма олигополистов

4. Ценообразование в условиях совершенной конкуренции. Равновесная цена

Тестовые задания

1. К методам ценностного ценообразования не относится:

а) калькулирование по полным затратам;

б) удельное ценообразование;

в) метод целевой прибыли;

г) балльный метод.

2. К параметрическим методам ценообразования относятся:

а) метод удельных показателей;

б) метод целевой прибыли;

в) балльный метод;

г) метод корреляционно-регрессионного анализа.

3. Коэффициент конкордации показывает:

а) степень согласованности мнений экспертов;

б) степень весомости характеристик товара;

в) степень компетентности экспертов;

г) степень приоритетности параметров.

4. Метод удельного ценообразования:

а) учитывает мнение покупателей;

б) не учитывает мнение покупателей;

в) учитывает изменение основного параметра;

г) не учитывает изменение основного параметра.

5. Метод парных сравнений:

а) основан на количественной экспертной оценке;

б) основан на экспертной оценке предпочтений;

в) основан на оценке затрат;

г) основан на данных статистики.

6. Параметрический ряд:

а) включает продукцию, одинаковую по назначению и технологии изготовления;

б) включает продукцию, одинаковую по назначению;

в) включает разнородную продукцию;

г) включает взаимодополняемую продукцию.

Тема 8.Стратегия цен ценообразования

Контрольные вопросы

1. Какие структурные подразделения предприятия участвуют в формировании и реализации ценовой политики?

2. Назовите основные цели ценовой политики предприятия.

3. Назовите основные этапы процесса формирования стратегии ценообразования и раскройте их содержание.

4. Как влияет структура затрат на выбор стратегии ценообразования?

5. Как влияет эластичность спроса по цене на выбор стратегии ценообразования?

6. Почему фирмы, осуществляющие продажу по каталогам, выбирают стратегию случайной скидки?

7. Какие показатели необходимо проанализировать, принимая решение о снижении цены на одном из сегментов рынка?

8. Приведите примеры применения стратегий конкурентного ценообразования на продовольственном рынке; на рынке жилья; на рынке образовательных услуг; на рынке услуг транспорта; на рынке непродовольственных товаров.

9. Приведите примеры стратегий дифференцированного ценообразования и оцените условия их применения на продовольственном рынке; на рынке медицинских услуг; на рынке образовательных услуг; на рынке бытовой техники и электроники; на рынке канцелярских товаров.

Темы рефератов

1.Система коммерческих скидок как инструмент ценовой политики

2. Состав и структура цены. Роль каждой составляющей

3. Установление цен на товары: подходы к проблеме ценообразования (способы, методы ценообразования)

4. Цена земли. Земельная рента

Тестовые задания

1. Основное условие применения стратегии дифференцированного ценообразования:

а) возможность позиционирования товара;

б) наличие свободных производственных мощностей;

в) высокая степень конкуренции;

г) низкая эластичность спроса по цене.

2. Убыточным лидером продаж называется товар:

а) продаваемый по цене ниже себестоимости;

б) продаваемый с минимальной прибылью для привлечения к покупке других товаров фирмы;

в) продаваемый в меньшем количестве, чем другие товары;

г) продаваемый в большем количестве, чем другие товары.

3. Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется:

а) при высокой эластичности спроса по цене;

б) низкой эластичности спроса по цене;

в) единичной эластичности спроса по цене;

г) положительной эластичности спроса по цене.

4. Стратегия нейтрального ценообразования означает:

а) установление цен на уровне фирм-конкурентов;

б) установление цен со средним по отрасли уровнем прибыли;

в) расчет цен затратными методами;

г) установление цены в соответствии с экономической ценностью товара.

5.Стратегия премиального ценообразования не применима:

а) при высокой эластичности спроса по цене;

б) низкой эластичности спроса по цене;

в) высоких удельных переменных затратах;

г) низких удельных переменных затратах.

6. Для дифференцированного ценообразования необходимо:

а) высокоэластичный рыночный спрос;

б) умение изолировать рынки с целью устранения возможности перепродажи товара;

в) различная ценовая эластичность для отдельных субрынков;

г) наличие определенной монопольной власти фирмы-производителя.

7. Стратегия дифференцированного образования означает:

а) продажу товаров в кредит;

б) продажу товаров по индивидуальной цене каждому покупателю;

в) продажу товаров по различным ценам разным покупателям;

г) продажу товаров по единым ценам всем покупателям.

8. Для дифференцированного ценообразования необходимо:

а) сегментирование покупателей по уровню доходов;

б) отсутствие правовых ограничений;

в) использование конкурентами дифференцированного ценообразования;

г) отсутствие возможности проникновения конкурентов высокодоходный сегмент рынка.

9. Стратегия ступенчатых премий означает:

а) снижение цены товара по мере освоения рынка;

б) увеличение цены товара по мере освоения рынка;

в) увеличение премии продавцу за рост объемов продаж;

г) премиальные выплаты покупателю за увеличение закупок.

10. Снижение цены товара по мере освоения рынка называется:

а) стратегия убыточного лидера продаж;

б) стратегия ступенчатых премий;

в) стратегия премиального ценообразования;

г) стратегия нейтрального ценообразования.

11. Снижение цен возможно на следующих стадиях жизненного цикла товара:

а) внедрения на рынок;

б) роста;

в) зрелости;

г) спада.

12. Основу риска при применении стратегии ценового прорыва составляют:

а) недостаточная емкость рынка;

б) высокая доля переменных затрат;

в) отсутствие преимуществ перед конкурентами.

Тема 9. Учет риска при принятии ценовых решений

Контрольные вопросы

1. Объясните, в чем заключаются ограничения классической теории риска.

2. Каковы определения риска, его черты, а также условия, сопутствующие риску?

3. Назовите и охарактеризуйте основные источники неопределенности, приводящие к возникновению риска при принятии ценовых решений.

4. Перечислите и охарактеризуйте функции риска. Какие из функций риска наиболее (наименее) выражены при принятии ценовых решений?

5. Раскройте классификационные признаки риска. Чем обусловлено возникновение того или иного вида риска в области ценообразования?

6. Охарактеризуйте вероятностный метод оценки рисков. Проанализируйте достоинства и ограничения подходов, отражающих применение вероятностного метода оценки степени риска ценовых решений.

7. В чем заключается суть статистического метода? С помощью каких показателей производится статистическая оценка риска **и** какова их интерпретация?

8. Каковы этапы оценки чувствительности результирующих показателей? Перечислите показатели, являющиеся результирующими при оценке риска ценовых решений.

9. В чем состоит особенность метода сценариев? Какова его взаимосвязь со статистическим методом оценки риска?

10. Каковы особенности экспертной оценки рисков ценовых решений. Какой показатель отражает согласованность мнений экспертов в процессе принятия решений в области ценообразования?

11. Охарактеризуйте процесс принятия ценовых решений в условиях риска.

12. В чем состоит отличие принятия ценовых решений в условиях риска и неопределенности?

13. Расскажите об основных методах принятия решений в условиях неопределенности.

14. Каковы установки, связанные с применением максиминного критерия Вальда для оценки риска?

15. Каковы установки, связанные с применением минимаксного критерия Севиджа для оценки риска?

16. Раскройте сущность избежания появления возможных рисков в области ценообразования. Что необходимо учитывать при использовании данного направления снижения риска?

17. Перечислите основные методы снижения риска. Каким образом осуществляется выбор метода снижения риска ценовых решений?

18. В чем заключается роль страхования в снижении рисков ценовых решений. Какова сфера применения и ограничения данного метода?

19. Раскройте особенности метода резервирования средств. Почему его важной характеристикой выступает определение требуемого объема создаваемых фондов?

20. Каковы особенности использования метода диверсификации при снижении рисков в области ценообразования?

21. Назовите виды ограничений, применяемых при лимитировании отдельных аспектов ценовых решений.

Темы рефератов

1. Ценообразование на монополизированном рынке. Естественные монополии. Сферы деятельности и цены естественных монополий

2. Цены и инвестиции. Цена капитала

3. Цены и инфляция. Динамика мировых инфляционных процессов

4. Цены и конъюнктура на рынке продовольственных товаров.

Тестовые задания

1. Выберите условия, сопутствующие ситуации риска:

а) неопределенность;

б) противоречивость;

в) выбор альтернативы;

г) инновационность;

д) оценка вероятности осуществления выбранных вариантов;

е) опасность.

2. Выберите основные черты риска:

а) неопределенность;

б) противоречивость;

в) выбор альтернативы;

г) инновационность;

д) оценка вероятности осуществления выбранных вариантов;

е) опасность.

3. Причинами риска НЕ являются:

а) спонтанность природных процессов;

б) противоречивость;

в) случайность;

г) статистические оценки;

д) недостаточность и изменчивость информации;

е) страхование.

4. Стимулирует поиск нетрадиционных ценовых решений функция:

а) инновационная;

б) регулятивная;

в) защитная;

г) аналитическая.

5. Могут нести в себе как потери, так и дополнительную прибыль по отношению к ожидаемому результату ценовых решений риски:

а) чистые;

б) спекулятивные;

в) внутренние;

г) внешние;

д) ретроспективные;

е) перспективные.

6. Какое выражение правильно характеризует нормативное значение коэффициента вариации в статистическом методе оценки рисков:

а) $\leq 0{,}33$;

б) $\geq 0{,}33$;

в) 1.

7. Особенностью экспертных методов оценки риска является:

а) отсутствие строгих математических доказательств оптимальности получаемых решений;

б) использование информации, полученной статистическим методом;

в) количественная оценка риска.

8. Феномен сдвига риска возможен при следующем типе групповых экспертных процедур:

а) при открытом обсуждении поставленных вопросов с последующим открытым или закрытым голосованием;

б) свободном высказывании без обсуждения и голосования;

в) закрытом обсуждении с последующим закрытым голосованием или заполнением анкет экспертного опроса.

9. Феномен сдвига риска означает, что после проведения открытой групповой дискуссии:

а) возрастает уровень рискованности ценового решения;

б) снижается уровень рискованности ценового решения;

в) эксперты выделяют виды риска, не присущие данному ценовому решению;

г) происходит разброс оценок экспертов.

10. Для принятия решения об использовании полученных от экспертов оценок необходимо, чтобы коэффициент конкордации:

а) равнялся 0;

б) равнялся 0,5;

в) был больше 0,5.

11. При расчете уровня безубыточности в рамках оценки эффективности ценовых решений в условиях неопределенности и риска под «безубыточным» понимается объем продаж, при котором:

а) чистая прибыль становится равной нулю;

б) чистая прибыль больше нуля;

в) балансовая прибыль равна нулю.

12. Какое из приведенных ниже выражений правильно характеризует критерий Вальда при принятии ценовых решений в условиях неопределенности:

а) $\max_i \min_j a_{ij}$;

б) $\min_i \min_j a_{ij}$;

в) $\min_i \max_j a_{ij}$.

13. Какое из приведенных ниже выражений правильно характеризует критерий Севиджа при принятии ценовых решений в условиях неопределенности:

а) $\max_i \min_j r_{ij}$;

б) $\min_i \max_j r_{ij}$;

в) $\min_i \max_j r_{ij}$.

14. Какое из приведенных ниже выражений правильно характеризует критерий Гурвица при принятии решений в условиях неопределенности:

а) ;

б) ;

в) .

15. Принятие ценовых решений в условиях риска, а также расчет средневзвешенного показателя риска происходит на основе величины:

а) выигрыша;

б) потерь;

в) вероятности;

г) неопределенности.

16. При оценке риска ценовых решений по критерию недостаточного обоснования Лапласа вероятности:

а) распределяются в порядке очередности возникновения рисков;

б) распределяются пропорционально размеру потерь;

в) распределяются пропорционально размеру выигрышей;

г) принимаются равными.

17. Укажите среди перечисленных ниже методов, методы «предотвращения» рисков:

а) диверсификация, локализация, диссипация;

б) страхование, хеджирование, залог;

в) санация, реструктуризация, ликвидация.

18. Основными методами снижения существующего риска ценовых решений НЕ являются:

а) страхование;

б) избежание;

в) диверсификация;

г) оценка;

д) идентификация;

е) лимитирование.

19. Установление системы ограничений при принятии ценовых решений характерно для такого метода снижения риска, как:

а) страхование;

б) резервирование средств;

в) лимитирование;

г) диверсификация;

д) избежание.

20. Диверсификация является способом снижения риска:

а) систематического;

б) политического;

в) несистематического;

г) технического.

21. Определение требуемого объема обособленных фондов возмещения убытков за счет части собственных оборотных средств хозяйствующего субъекта присуще методу:

а) страхования;

б) самострахования;

в) диверсификации;

г) лимитирования.

Приложение 2

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности		
УК-10.1	Понимает экономические законы, категории и принципы, возможности их использования в различных областях жизнедеятельности	**Теоретические вопросы:** 1. Статистические системы и их особенности. Принципы построения и интерпретации математических моделей стохастических систем. Интуитивное и алгоритмическое планирование эксперимента. 2. Определение понятий: активный и пассивный эксперимент. Основные этапы планирования и организации эксперимента. 3. Основные идеи и методы статистического планирования эксперимента (Основная идея метода наименьших квадратов и общие положения регрессионного анализа). 4. Недостатки метода пассивного эксперимента. 5. Основные особенности планирования и организации активного многофакторного эксперимента. Требования, предъявляемые к отдельным факторам и их совокупности. 6. Принципы построения матрицы планирования для активного эксперимента типа 2^n, где n – число факторов. Кодирование факторов. Ортогональная матрица планирования. Полный факторный эксперимент. 7. Дробные реплики полного факторного эксперимента. В каких случаях эффективно использование дробных реплик полного факторного эксперимента и каковы их принципиальные недостатки? 8. Особенности регрессионного анализа результатов реализации полного факторного эксперимента и дробных реплик. Достоинства ортогонального планирования полного факторного эксперимента в сравнении с другими вариантами планирования эксперимента. 9. Планирование эксперимента при поиске оптимальных условий. Особенности организации поиска оптимума путем сочетания полного факторного эксперимента с процедурой шагового движения по градиенту в стационарную область поверхности отклика. 10. Эволюционное планирование экстремальных экспериментов. 11. Статистические модели распределения случайных величин. Основные

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		принципы подбора статистических моделей. 12. Выборочные распределения. 13. Метод максимума правдоподобия. Метод наименьших квадратов. Проверка статистических гипотез. 14. Методы многомерного статистического анализа (дисперсионный анализ, регрессионный анализ). 15. Факторный анализ, анализ главных компонент. 16. Планирование эксперимента при изучении источников рассеяния. 17. Рандомизированное блочное планирование экспериментов. 18. Планирование экспериментов по типу латинского квадрата 19. Критерии оценивания в больших выборках.
УК-10.2	Использует экономические знания для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности	**Практические задания:** 1. Составить матрицу планирования для получения математической модели, отражающей зависимость выхода брака при упаковывании продукции от выбранных значений технологических факторов, характеризующих процесс. 2. Провести оптимизацию технологических процессов на основе сочетания полного факторного эксперимента с процедурой шагового движения по градиенту в стационарную область поверхности отклика. 3. Провести анализ результатов исследования с целью оценки их патентоспособности.
ОПК-1: Способен применять естественнонаучные и экономические знания при решении профессиональных задач в области товароведения		
ОПК-1.1:	Использует основные положения и методы экономических наук; основные понятия и методы естественнонаучных дисциплин в объеме, необходимом для профессиональной деятельности; научные основы физических, химических, физико- химических и биологических методов для оценки	КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ 1. Сущность цены и ее роль в рыночной экономике. Функции цен. 2. Регулирование цен на продукты и услуги естественных монополий. 3. Ценообразующие факторы в условиях рынка. 4. Порядок определения цен на импортные товары, закупаемые за счет собственных валютных средств предприятиями розничной торговли. 5. Цели рыночного ценообразования. 6. Методы рыночного ценообразования. 7. Порядок определения цен на импортные товары, закупаемые за счет

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	показателей качества и безопасности потребительских товаров	собственных валютных средств и реализуемые другим предприятиям. 8. Стратегия высоких цен («снятия сливок»). 9. Ценообразование на импортные товары, закупаемые за счет централизованных валютных средств. 10. Биржевые цены на внутреннем рынке. 11. Этапы разработки ценовой стратегии. 12. Цены торгов на внутреннем рынке. 13. Определение таможенной стоимости по цене сделки с ввозимыми товарами. 14. Определение таможенной стоимости по цене сделки с идентичными и однородными товарами. 15. Виды цен, в зависимости от порядка возмещения транспортных расходов. Отражение транспортных расходов в цене товара. 16. Определение таможенной стоимости не основе метода сложения и вычитания. 17. Формирование розничной цены в комиссионной торговле непродовольственными товарами. 18. Определение таможенной стоимости на основе резервного метода. 19. Формирование грузовых тарифов на автотранспорте. 20. Скидки на уторговывание в мировой торговле и их виды. 21. Свободные отпускные цены (оптовые). Порядок их установления и применения. 22.Основы тарифной политики. Факторы, влияющие на формирование транспортных тарифов. 23.Стратегия рыночного ценообразования в рамках товарной номенклатуры. 24. Свободные розничные цены, порядок их установления и применения. 25. Структура розничной цены (при условии, что товар реализуется отечественным производителем предприятию оптовой торговли, а затем в розничную торговлю). Краткая характеристика элементов розничной цены. 26. Монопольные цены и их виды. 27. Цены аукционов на внутреннем рынке.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		28. Косвенные налоги, как элементы цены импортного товара. 29. Калькуляция себестоимости, характеристика статей калькуляции. 30. Регулирование цен на отдельные виды продукции производственно-технического назначения, товары народного потребления и услуги. 31. Прямые и косвенные расходы. Порядок их включения в себестоимость продукции. 32. Целевые и гарантийные цены. Залоговые ставки, их сущность и порядок установления. 33. Прибыль как элемент цены товара. Показатели рентабельности, используемые при установлении цен. 34. Сущность и методы регулируемых цен. 35. Мировые цены фактических сделок, их виды. 36. Оптовые и торговые надбавки, порядок их установления и применения. 37. Мировые цены. Виды и их классификация. 38. Стратегия низких цен. 39. Цены мирового товарного рынка: биржевые, торговые, аукционов. 40. Стратегия ценообразования для стимулирования сбыта продукции. 41. Виды ценовых стратегий и их классификация. 42. Виды цен и их классификация. 43. Косвенные налоги как элементы цены товара.
ОПК-1.2	Применяет экономические знания для анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач; естественнонаучные методы для решения товароведных задач; физические, химические, физико-химические и биологические методы как инструмент	**Практические задания:** **Задача 1** Предприятие изготавливает настольно – сверлильные станки и реализует их по цене 7000 р. за штуку, при этом удельные переменные затраты на единицу продукции составляют 2500 р., сумма ежемесячных постоянных затрат равна 112500 р. При каком объеме выпуска предприятие достигнет точки безубыточности?

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	профессиональной деятельности	**Задача 2** Обувная фирма заключила договор с оптовой базой на поставку партии женских сапог по цене 2500 р. за пару, включив в договор поставки оговорку о повышении цены в случае увеличения издержек на материалы и заработную плату. Определите повышение цены, % за время, прошедшее с момента подписания договора до фактической их поставки. Известно, что за этот период при изготовлении одной пары сапог стоимость материалов увеличилась от 600 до 800 р., размер заработной платы основных рабочих – от 80 до 100 р. Необходимо учесть, что при определении цены доля материалов составляет 60 % от цены, доля заработной платы – 20 % от цены.
ОПК-1.3	Выбирает социально-экономические методы для анализа тенденций развития современного общества; методы оценки качества товаров; физическими, химическими, физико-химическими биологическими методами анализа; методами идентификации и выявления фальсификации товаров	**Практические задания:** **Задача 1** Определите свободную розничную цену изделия, составьте структуру свободной розничной цены, если известны следующие данные: себестоимость изделия – 800 руб., НДС – 18 % к отпускной цене без НДС, отпускная цена предприятия (с НДС) – 1180 руб., оптовая надбавка – 10 % к отпускной цене предприятия, торговая надбавка – 20 % к отпускной цене промышленности. **Задача 2** Составьте плановую калькуляцию себестоимости изделия, определите отпускную цену предприятия, если известны следующие данные. 1. Затраты на производство данного изделия: сырье и основные материалы – 200 руб., топливо и электроэнергия на технологические цели – 30 руб., основная заработная плата производственных рабочих – 60 руб., дополнительная заработная плата производственных рабочих – 10 % к основной зарплате производственных рабочих;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		единый социальный налог – 26 % всей суммы основной и дополнительной заработной платы производственных рабочих; расходы по содержанию и эксплуатации оборудования – 150 % основной заработной платы производственных рабочих; цеховые расходы – 65 % основной заработной платы производственных рабочих;

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Промежуточная аттестация по дисциплине включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в форме зачёта во втором семестре и в форме зачёта с оценкой в третьем семестре.

Показатели и критерии оценивания зачёта:

– **«зачтено»** – обучающийся демонстрирует пороговый уровень сформированности компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

– **«не зачтено»** – обучающийся не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

Приложение 3

Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов

В процессе выполнения самостоятельной работы студенты должны научиться воспринимать сведения на слух, фиксировать информацию в виде записей в тетрадях, работать с письменными текстами, самостоятельно извлекая из них полезные сведения и оформляя их в виде тезисов, конспектов, систематизировать информацию в виде заполнения таблиц, составления схем. Важно научиться выделять главные мысли в лекции преподавателя либо в письменном тексте; анализировать явления; определять свою позицию к полученным на занятиях сведениям, четко формулировать ее; аргументировать свою точку зрения: высказывать оценочные суждения; осуществлять самоанализ. Необходимо учиться владеть устной и письменной речью; вести диалог; участвовать в дискуссии; раскрывать содержание изучаемой проблемы в монологической речи; выступать с сообщениями и докладами.

Конспект лекции. Смысл присутствия студента на лекции заключает во включении его в активный процесс слушания, понимания и осмысления материала, подготовленного преподавателем. Этому способствует конспективная запись полученной информации, с помощью которой в дальнейшем можно восстановить основное содержание прослушанной лекции.

Для успешного выполнения этой работы советуем:

- подготовить отдельные тетради для каждого предмета. Запись в них лучше вести на одной стороне листа, чтобы позднее на чистой странице записать дополнения, уточнения, замечания, а также собственные мысли. С помощью разноцветных ручек или фломастеров можно будет выделить заголовки, разделы, термины и т.д.

- не записывать подряд все, что говорит лектор. Старайтесь вначале выслушать и понять материал, а затем уже зафиксировать его, не упуская основных положений и выводов. Сохраняйте логику изложения. Обратите внимание на необходимость точной записи определений и понятий.

- оставить место на странице свободным, если не успели осмыслить и за-писать часть информации. По окончанию занятия с помощью однокурсников, преподавателя или учебника вы сможете восстановить упущенное.

- уделять внимание грамотному оформлению записей. Научитесь графически ясно и удобно располагать текст: вычленять абзацы, подчеркивать главные мысли, ключевые слова, помешать выводы в рамки и т.д. Немаловажное значение имеет и четкая структура лекции, в которую входит план, логически выстроенная конструкция освещения каждого пункта плана с аргументами и доказательствами, разъяснениями и примерами, а также список литературы по теме.

- научиться писать разборчиво и быстро. Чтобы в дальнейшем не тратить время на расшифровку собственных записей, следите за аккуратностью почерка, не экономьте бумагу за счет уплотнения текста. Конспектируя, пользуйтесь общепринятыми сокращениями слов и условными знаками, если есть необходимость, то при-думайте собственные сокращения.

- уметь быстро и четко переносить в тетрадь графические рисунки и таблицы. Для этих целей приготовьте прозрачную линейку, карандаш и резинку. Старайтесь как можно точнее скопировать

изображение с доски. Если наглядный материал трудно воспроизводим в условиях лекции, то сделайте его словесное описание с обобщающими выводами.

- просмотреть свои записи после окончания лекции. Подчеркните и отметьте разными цветами фломастера важные моменты в записях. Исправьте неточности, внесите необходимые дополнения. Не тратьте время на переписывание конспекта, если он оказался не совсем удачным. Совершенствуйтесь, записывая последующие лекции.

Подготовка к семинарским занятиям. Семинар – один из основных видов практических занятий по гуманитарным дисциплинам. Он предназначен для углубленного изучения отдельных тем и курсов. По форме проведения семинары обычно представляют собой решение задач, обсуждение докладов, беседу по плану или дискуссию по проблеме.

Подготовка к занятиям заключается, прежде всего, в освоении того теоретического материала, который выносится на обсуждение. Для этого необходимо в первую очередь перечитать конспект лекции или разделы учебника, в которых присутствует установочная информация. Изучение рекомендованной литературы необходимо сделать максимально творчески – не просто укладывая в память новые сведения, а осмысливая и анализируя материал. Закрепить свои знания можно с помощью записей, выписок или тезисного конспекта.

Если семинар представлен докладами, то основная ответственность за его проведение лежит на докладчиках. Как сделать это успешно смотрите в разделе «Доклад». Однако роль остальных участников семинара не должна быть пассивной. Студенты, прослушав доклад, записывают кратко главное его содержание и задают выступающему уточняющие вопросов. Чем более основательной была домашняя подготовка по теме, тем активнее происходит обсуждение проблемных вопросов. На семинаре всячески поощряется творческая, самостоятельная мысль, дается возможность высказать критические замечания.

Беседа по плану представляет собой заранее подготовленное совместное об-суждение вопросов темы каждым из участников. Эта форма потребует от студентов не только хорошей самостоятельной проработки теоретического материала, но и умение участвовать в коллективной дискуссии: кратко, четко и ясно формулировать и излагать свою точку зрения перед сокурсниками, отстаивать позицию в научном споре, присоединяться к чужому мнению или оппонировать другим участникам.

Реферат – самый простой и наименее самостоятельный вид письменной работы. Суть его состоит в кратком изложении содержащихся в научной литературе взглядов и идей по заданной теме. Реферат не требует оригинальности и новизны. В нем оценивается умение студента работать с книгой: выделять и формулировать проблему, отбирать основные тезисы и вспомогательные данные, логически выстраивать материал, грамотно оформлять научный текст.

Студентам предлагается два вида рефератных работ:

Реферирование научной литературы представляет собой сокращенное изложение содержания статьи или книги с основными сведениями и выводами. Такие рефераты актуальны тогда, когда в юридических источниках появляется новый теоретический или практический материал по изучаемой теме. От студента требуется, внимательно ознакомившись с первоисточником, максимально точно и полно передать его содержание. Для этого целесообразно выбрать форму последовательного изложения прочитанной книги, не меняя ее общий план и структуру (главы, разделы, параграфы). Необходимо сохранить логику повествования и позаботиться о связности текста. Авторские, оригинальные и новаторские мысли и идеи лучше передавать не своими словами, а с помощью цитирования. Объем реферата будет определяться содержанием источника, а

также его научной и практической ценностью. Но в любом случае предпочтение отдается краткости и лаконичности, умению отбирать главное и освобождаться от второстепенного.

Реферат по теме представляет обзор научных взглядов и концепций по проблемному вопросу в изучаемой теме.

- Если вам предложена тема такого реферата на выбор, то предпочтение следует отдать той, которая для вас интересна или знакома. Она не должна быть очень сложной и объемной, в противном случае реферат будет напоминать курсовую работу.

- Для подготовки реферата студенту необходимо самому или с участием преподавателя подобрать источники информации. Следует позаботиться, чтобы в вашем списке оказались не случайные, а ценные в информационном плане книги. Можно выполнить работу, обратившись и к одному источнику – пособию, монографии, исследованию. Но лучше, если вы обратитесь к двум-трем научным трудам – это позволит представить проблему с нескольких точек зрения и высказать личные предпочтения.

- Одним из главных критериев оценки реферата будет соответствие его содержания заявленной теме. Для этого бегло ознакомившись с первоисточниками составьте предварительный план будущего реферата, обозначив в нем принципиально важные моменты и этапы освещения проблемы. После того, как у вас появятся рабочие записи по результатам изучения научной литературы и обширная информация по теме в целом, можно будет скорректировать общий план реферата. Старайтесь при работе над ним тщательно избавляться от «излишеств»: всякого рода абстрактных рассуждений, чрезмерных подробностей и многочисленных примеров, которые «размывают» тему или уводят от неё.

Структура реферата включает в себя введение, основную часть и заключение. Во введении формулируются цели и задачи работы, ее актуальность. Основная часть представляет собой последовательное и аргументированное изложение различных точек зрения на проблему, ее анализ, предполагаемые пути решения. Заключение обобщает основные мысли или обосновывает перспективы дальнейшего исследования темы. Если реферат достаточно объемен, то потребуется разделение текста на разделы (главы, параграфы). Иллюстративный материал – таблицы, схемы, графики – могут располагаться как внутри основной части, так и в разделе «Приложение».

Объем реферата зависит от целей и задач, решаемых в работе – от 5 до 20 страниц машинописного текста через два интервала. Если в задании, выданном преподавателем объем не оговаривается, то следует исходить из разумной целесообразности.

В реферате в обязательном порядке размещаются титульный лист, план или оглавление работы, а также список используемой литературы.

Обычно реферат может зачитывается как письменная работа, но некоторые преподаватели практикуют публичную защиту рефератов или их «озвучивание» на семинарских занятиях. В этом случае необходимо приложить дополнительные усилия для подготовки публичного выступления по материалам рефератной работы.

Доклад представляет собой устную форму сообщения информации. Он используется в вузе на семинарских занятиях и на научных студенческих конференциях.

Подготовка доклада осуществляется в два этапа: написание письменного текста на заданную тему и подготовка устного выступления перед аудиторией слушателей с освещением этой темы. Письменный доклад оформляется как реферат.

При работе над докладом следует учесть некоторые специфические особенности:

- Объем доклада должен согласовываться со временем, отведенным для выступления.
- При выборе темы нужно учитывать не только собственные интересы, но и интересы потенциальных слушателей. Ваше сообщение необходимо согласовывать с уровнем знаний и потребностей публики.
- Подготовленный текст доклада должен хорошо восприниматься на слух. Даже если отобранный вами материал сложен и неоднозначен, говорить желательно просто и ясно, не перегружая речь наукообразными оборотами и специфическими терминами.

Следует отметить, что иногда преподаватель не требует от студентов письменного варианта доклада и оценивает их работу исключительно по устному выступлению. Но значительно чаще письменный доклад проверяется и его качество также оценивается в баллах. Вне зависимости от того, нужно или не нужно будет сдавать на проверку текст будущего выступления, советуем не отказываться от письменной записи доклада. Это поможет избежать многих ошибок, которые случаются во время устной импровизации: отклонение от темы, нарушения логической последовательности, небрежное обращение с цитатами, злоупотребление деталями и т.д. Если вы хорошо владеете навыками свободной речи и обладаете высокой культурой мышления, то замените письменный доклад составлением тезисного плана. С его помощью зафиксируйте основные мысли и идеи, выстройте логику повествования, отберите яркие и точные примеры, сформулируйте выводы.

При подготовке к устному выступлению возьмите на вооружение некоторые советы:

- Лучший вариант выступления перед аудиторией – это свободная речь, не осложненная чтением текста. Но если у вас не выработано умение общаться с публикой без бумажки, то не пытайтесь сделать это сразу, без подготовки. Осваивать этот опыт нужно постепенно, от доклада к докладу увеличивая объем речи без заглядывания в текст.
- Если вы намерены считывать доклад с заготовленных письменных записей, то постарайтесь, чтобы чтение было «художественным»: обозначайте паузой логические переходы от части к части, выделяйте интонационно особо важные мысли и аргументы, варьируйте темп речи.
- Читая доклад, не торопитесь, делайте это как можно спокойнее. Помните, что скорость произношения текста перед слушателями всегда должна быть более медленной, чем скорость вашей повседневной речи.
- Сверьте письменный текст с хронометром, для этого прочитайте его несколько раз с секундомером в руках. В случае, если доклад окажется слишком длинным или коротким, проведите его реконструкцию. Однако вместе с сокращениями или дополнениями не «потеряйте» тему. Не поддавайтесь искушению рассказать все, что знаете – полно и подробно.
- Обратите внимание на тембр и силу вашего голоса. Очень важно, чтобы вас было слышно в самых отдаленных частях аудитории, и при этом вы не «глушили» вблизи вас находящихся слушателей. Варьируйте тембр речи, он придаст ей выразительность и поможет избежать монотонности.
- Следите за своими жестами. Чрезмерная жестикуляция отвлекает от содержания доклада, а полное ее отсутствие снижает действенную силу выступления. Постарайтесь избавиться от жестов, демонстрирующих ваше волнение (когда крутятся ручки, теребятся пуговицы, заламываются пальцы). Используйте жесты – выразительные, описательные, подражательные, указующие – для полноты передачи ваших мыслей.
- Установите зрительный контакт с аудиторией. Не стоит все время смотреть в окно, опускать глаза или сосредотачиваться на тексте. Старайтесь зрительно общаться со всеми слушателями, переводя взгляд от одних к другим. Не обращайте внимание на опоздавших и не прерываете свой доклад замечаниями. Но вместе с тем следите за реакцией публики на ваше выступление (одобрение, усталость, интерес, скуку) и если сможете, вносите коррективы в речь с целью повышения интереса к его содержанию.

- Отвечать на вопросы в конце выступления надо кратко, четко и уверенно, без лишних подробностей и повторов. Постарайтесь предугадать возможные вопросы своих слушателей и подготовиться к ним заранее. Но если случится, что вы не знаете ответа на заданный вам вопрос, не бойтесь в этом признаться. Это значительно лучше, чем отвечать не по существу или отшучиваться.
- Проведите генеральную репетицию своего доклада перед друзьями или близкими. Это поможет заранее выявить некоторые недостатки – стилистически слабые места, труднопроизносимые слова и фразы, затянутые во времени части и т.д. Проанализируйте свою дикцию, интонации, жесты. Сделайте так, чтобы они помогали, а не мешали успешно представить публики подготовленный вами доклад.

Презентация – современный способ устного или письменного представления информации с использованием мультимедийных технологий.

Существует несколько вариантов презентаций.

- Презентация с выступлением докладчика
- Презентация с комментариями докладчика
- Презентация для самостоятельного просмотра, которая может демонстрироваться перед аудиторией без участия докладчика.

Подготовка презентации включает в себя несколько этапов:

1. Планирование презентации

От ответов на эти вопросы будет зависеть всё построение презентации:

- каково предназначение и смысл презентации (демонстрация результатов научной работы, защита дипломного проекта и т.д.);
- какую роль будет выполнять презентация в ходе выступления (сопровождение доклада или его иллюстрация);
- какова цель презентации (информирование, убеждение или анализ);
- на какое время рассчитана презентация (короткое - 5-10 минут или продолжительное - 15-20 минут);
- каков размер и состав зрительской аудитории (10-15 человек или 80-100; преподаватели, студенты или смешенная аудитория).

2. Структурирование информации

- в презентации не должна быть менее 10 слайдов, а общее их количество превышать 20 - 25.
- основными принципами при составлении презентации должны быть ясность, наглядность, логичность и запоминаемость;
- презентация должна иметь сценарий и четкую структуру, в которой будут отражены все причинно-следственные связи,
- работа над презентацией начинается после тщательного обдумывания и написания текста доклада, который необходимо разбить на фрагменты и обозначить связанные с каждым из них задачи и действия;
- первый шаг – это определение главной идеи, вокруг которой будет строиться презентация;
- часть информации можно перевести в два типа наглядных пособий: текстовые, которые помогут слушателям следить за ходом развертывания аргументов и графические, которые иллюстрируют главные пункты выступления и создают эмоциональные образы.
- сюжеты презентации могут разъяснять или иллюстрировать основные положения доклада в самых разнообразных вариантах.

Очень важно найти правильный баланс между речью докладчика и сопровождающими её мультимедийными элементами.

Для этого целесообразно:

- определить, что будет представлено на каждом слайде, что будет в это время говориться, как будет сделан переход к следующему слайду;
- самые важные идеи и мысли отразить и на слайдах и произнести словами, тогда как второстепенные – либо словами, либо на слайдах;
- информацию на слайдах представить в виде тезисов – они сопровождают подробное изложение мыслей выступающего, а не наоборот;
- для разъяснения положений доклада использовать разные виды слайдов: с текстом, с таблицами, с диаграммами;
- любая презентация должна иметь собственную драматургию, в которой есть:

«завязка» - пробуждение интереса аудитории к теме сообщения (яркий наглядный пример);

«развитие» - демонстрация основной информации в логической последовательности (чередование текстовых и графических слайдов);

«кульминация» - представление самого главного, нового, неожиданного (эмоциональный речевой или иллюстративный образ);

«развязка» - формулирование выводов или практических рекомендаций (видеоряд).

3. Оформление презентации

Оформление презентации включает в себя следующую обязательную информацию:

Титульный лист

- представляет тему доклада и имя автора (или авторов);

- на защите курсовой или дипломной работы указывает фамилию и инициалы научного руководителя или организации;

- на конференциях обозначает дату и название конференции.

План выступления

- формулирует основное содержание доклада (3-4 пункта);

- фиксирует порядок изложения информации;

Содержание презентации

- включает текстовую и графическую информацию;

- иллюстрирует основные пункты сообщения;

- может представлять самостоятельный вариант доклада;

Завершение

- обобщает, подводит итоги, суммирует информацию;

- может включать список литературы к докладу;

- содержит слова благодарности аудитории.

4. Дизайн презентации

Текстовое оформление

- Не стоит заполнять слайд слишком большим объемом информации - лучше всего запоминаются не более 3-х фактов, выводов, определений.
- Оптимальное число строк на слайде – 6 -11.
- Короткие фразы запоминаются визуально лучше. Пункты перечней не должны превышать двух строк на фразу.
- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде
- Если текст состоит из нескольких абзацев, то необходимо установить крас-ную строку и интервал между абзацами.
- Ключевые слова в информационном блоке выделяются цветом, шрифтом или композиционно.
- Информацию предпочтительнее располагать горизонтально, наиболее важную - в центре экрана.
- Не следует злоупотреблять большим количеством предлогов, наречий, прилагательных, вводных слов.
- Цифровые материалы лучше представить в виде графиков и диаграмм – таблицы с цифровыми данными на слайде воспринимаются плохо.
- Необходимо обратить внимание на грамотность написания текста. Ошибки во весь экран производят неприятное впечатление

Шрифтовое оформление

- Шрифты без засечек (Arial, Tahoma, Verdana) читаются легче, чем гротески. Нельзя смешивать различные типы шрифтов в одной презентации.
- Шрифтовой контраст можно создать посредством размера шрифта, его толщины, начертания, формы, направления и цвета;
- Для заголовка годится размер шрифта 24-54 пункта, а для текста - 18-36 пунктов.
- Курсив, подчеркивание, жирный шрифт используются ограниченно, только для смыслового выделения фрагментов текста.
- Для основного текста не рекомендуются прописные буквы.

Цветовое оформление

- На одном слайде не используется более трех цветов: фон, заголовок, текст.
- Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать – текст должен хорошо читаться, но не резать глаза.
- Для фона предпочтительнее холодные тона.
- Существуют не сочетаемые комбинации цветов. Об этом можно узнать в специальной литературе.
- Черный цвет имеет негативный (мрачный) подтекст. Белый на черном читается плохо.
- Если презентация большая, то есть смысл разделить её на части с помощью цвета – разный цвет способен создавать разный эмоциональный настрой.
- Нельзя выбирать фон, который содержит активный рисунок.

Композиционное оформление

- Следует соблюдать единый стиль оформления. Он может включать определенный шрифт (гарнитура и цвет), фон цвета или фоновый рисунок, декоративный элемент небольшого размера и т.д.
- Не приемлемы стили, которые будут отвлекать от презентации.
- Крупные объекты в композиции смотрятся неважно.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должна преобладать над основной (текстом и иллюстрацией).
- Для серьезной презентации отбираются шаблоны, выполненные в деловом стиле.

Анимационное оформление

- Основная роль анимации – дозирования информации. Аудитория, как правило, лучше воспринимает информацию порциями, небольшими зрительными фрагментами.

- Анимация используется для привлечения внимания или демонстрации развития какого-либо процесса
- Не стоит злоупотреблять анимационными эффектами, которые отвлекают от содержания или утомляют глаза читающего.
- Особенно нежелательно частое использование таких анимационных эффектов как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста.

Звуковое оформление

- Музыкальное сопровождение призвано отразить суть или подчеркнуть особенности темы слайда или всей презентации, создать определенный эмоциональный настрой.
- Музыку целесообразно включать тогда, когда презентация идет без словесного сопровождения.
- Звуковое сопровождение используется только по необходимости, поскольку даже фоновая тихая музыка создает излишний шум и мешает восприятию содержания.
- Необходимо выбрать оптимальную громкость, чтобы звук был слышан всем слушателем, но не был оглушительным.

Графическое оформление

- Рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать её в более наглядном виде.
- Нельзя представлять рисунки и фото плохого качества или с искаженными пропорциями.
- Желательно, чтобы изображение было не столько фоном, сколько иллюстрацией, равной по смыслу самому тексту, чтобы помочь по-новому понять и раскрыть его.
- Следует избегать некорректных иллюстраций, которые неправильно или двусмысленно отражают смысл информации.
- Необходимо позаботиться о равномерном и рациональном использовании пространства на слайде: если текст первичен, то текстовой фрагмент размещается в левом верхнем углу, а графический рисунок внизу справа и наоборот.
- Иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом. Подписи к картинкам лучше выполнять сбоку или снизу, если это только не название самого слайда.
- Если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

Таблицы и схемы

- Не стоит вставлять в презентацию большие таблицы – они трудны для восприятия. Лучше заменить их графиками, построенными на основе этих таблиц.
- Если все же таблицу показать надо, то следует оставить как можно меньше строк и столбцов, отобрав и разместив только самые важные данные.
- При использовании схем на слайдах необходимо выровнять ряды блоков схемы, расстояние между блоками, добавить соединительные схемы при помощи инструментов Автофигур,
- При создании схем нужно учитывать связь между составными частями схемы: если они равнозначны, то заполняются одним шрифтом, фоном и текстом, если есть первостепенная информация, то она выделяется особым способом с помощью организационных диаграмм.

Аудио и видео оформление

- Видео, кино и теле материалы могут быть использованы полностью или фрагментарно в зависимости от целей, которые преследуются.
- Продолжительность фильма не должна превышать 15-25 минут, а фрагмента – 4-6 минут.
- Нельзя использовать два фильма на одном мероприятии, но показать фрагменты из двух фильмов вполне возможно.

Подготовка к зачёту / экзамену. Готовиться к зачёту / экзамену нужно заранее и в несколько этапов. Для этого:

• Просматривайте конспекты лекций сразу после занятий. Это поможет разобраться с непонятными моментами лекции и возникшими вопросами, пока еще лекция свежа в памяти.

• Бегло просматривайте конспекты до начала следующего занятия. Это позволит «освежить» предыдущую лекцию и подготовиться к восприятию нового материала.

• Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала.

Непосредственно при подготовке:

• Упорядочьте свои конспекты, записи, задания.

• Прикиньте время, необходимое вам для повторения каждой части (блока) материала, выносимого на зачет.

• Составьте расписание с учетом скорости повторения материала, для чего

• Разделите вопросы для зачёта / экзамена на знакомые (по лекционному курсу, семинарам, конспектированию), которые потребуют лишь повторения и новые, которые придется осваивать самостоятельно. Начните с тем хорошо вам известных и закрепите их с помощью конспекта и учебника. Затем пополните свой теоретический багаж новыми знаниями, обязательно воспользовавшись рекомендованной литературой.

• Правильно используйте консультации, которые проводит преподаватель. Приходите на них с заранее проработанными самостоятельно вопросами. Вы можете получить разъяснение по поводу сложных, не до конца понятых тем, но не рассчитывайте во время консультации на исчерпывающую информации по содержанию всего курса.