

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования\_  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики

---

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ

протокол № 10 от 02.12.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Ценовая политика в маркетинге

---

Уровень высшего образования

Магистратура

---

Направление подготовки / специальность

38.04.06 - Торговое дело

---

Направленность образовательной программы

Маркетинг в цифровой экономике

---

Форма обучения

очная

---

г. Нижний Новгород

2025 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 Ценовая политика в маркетинге относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-12: Готовность самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты проведенного бизнес-анализа	ИД-1: Способен обосновывать научные методы и подходы, используемые в ходе проведенного бизнес-анализа ИД-2: Способен самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять полученные научные результаты	ИД-1: У1 (ПК-12) Уметь обосновывать выбор научных методов и подходов, включая подходы и методы оценки стоимости бизнеса и его ключевых активов, к проведению бизнес-анализа в ходе разработки и реализации ценовой политики в маркетинге; З1 (ПК-12) Знать научные методы и подходы, включая подходы и методы оценки стоимости бизнеса и его ключевых активов, к проведению бизнес-анализа в ходе разработки и реализации ценовой политики в маркетинге; В1 (ПК-12) Владеть навыками совершенствования ценовой политики маркетинге на основе применения научных методов и подходов, включая подходы и методы оценки стоимости бизнеса и его ключевых активов  ИД-2: У2 (ПК-12) Уметь оформлять результаты бизнес-анализа ценовой политики для совершенствования маркетинговой деятельности в соответствии с	Доклад Тест Практическое задание	Зачёт: Контрольные вопросы Практическое задание

		<p>выбранными научными методами и подходами, включая подходы и методы оценки стоимости бизнеса и его ключевых активов с учетом условий роста цифровизации экономики и бизнеса</p> <p>32 (ПК-12) Знать область и специфику ценообразования как элемента системы маркетинга предприятия в объеме, достаточном для решения конкретной профессиональной задачи с применением научных подходов и методов с учетом условий роста цифровизации экономики и бизнеса;</p> <p>В2 (ПК-12) Владеть навыками представления полученных результатов бизнес-анализа ценовой политики</p>		
<p>ПК-4: Готов разрабатывать, реализовать и развивать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>ИД-1: Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации</p> <p>ИД-2: Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации</p> <p>ИД-3: Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации</p> <p>ИД-4: Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации</p>	<p>ИД-1:</p> <p>У1 (ПК-4) Уметь формировать ценовую политику в сфере маркетинга инновационных товаров (услуг)</p> <p>31 (ПК-4) Знать принципы и методы ценообразования в маркетинге инновационных товаров (услуг);</p> <p>В1 (ПК-4) Владеть навыками совершенствования ценовой политики в сфере маркетинга инновационных товаров (услуг)</p> <p>ИД-2:</p> <p>У2 (ПК-4) Уметь проводить анализ вариантов реализации стратегии и политики ценообразования в зависимости от различных рыночных ситуаций</p> <p>32 (ПК-4) Знать принципы, факторы, процесс, новаторские подходы к ценообразованию, его особенности в различных рыночных ситуациях и сферах</p>	<p>Доклад</p> <p>Практическое задание</p> <p>Тест</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Контрольные вопросы</p> <p>Практическое задание</p>

		<p>деятельности;</p> <p><i>В2 (ПК-4) Владеть навыками формирования стратегии и ценовой политики маркетинга в различных рыночных ситуациях и сферах деятельности бизнеса, в том числе с применением новаторских подходов.</i></p> <p><i>ИД-3:</i></p> <p><i>У3 (ПК-4) Уметь осуществлять выбор методов ценового стимулирования продаж на основе исследования особенностей сфер деятельности и выбранных маркетинговых стратегий бизнеса.</i></p> <p><i>З3 (ПК-4) Знать методы стимулирования продаж, принципы оценки ценовых решений в зависимости от особенностей сфер деятельности и выбранных маркетинговых стратегий бизнеса;</i></p> <p><i>В3 (ПК-4) Владеть навыками совершенствования сбытовой деятельности предприятия в части обоснованного применения методов стимулирования продаж.</i></p> <p><i>ИД-4:</i></p> <p><i>У4 (ПК-4) Уметь проводить анализ психологических аспектов ценообразования, влияния имиджа и персонала организации с позиций поиска направлений повышения эффективности маркетинговых коммуникаций.</i></p> <p><i>З4 (ПК-4) Знать психологические, имиджевые аспекты ценообразования и их влияние на эффективность маркетинговых коммуникаций;</i></p> <p><i>В4 (ПК-4) Владеть навыками реализации и совершенствования системы</i></p>		
--	--	---	--	--

		маркетинговых коммуникаций в части обоснованного ценообразования с учетом психологических и имиджевых аспектов.		
--	--	---	--	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>2</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>72</b>
в том числе	
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	
- занятия лекционного типа	<b>6</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>24</b>
- КСР	<b>1</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>41</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>0</b>
	<b>Зачёт</b>

#### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	о ф о	о ф о	о ф о	о ф о	о ф о
Тема 1. Цена как экономическая категория и элемент комплекса маркетинга.	16	1	6	7	9
Тема 2. Политика, стратегия и тактика ценообразования	13	1	4	5	8
Тема 3. Методы ценового стимулирования продаж	13	1	4	5	8
Тема 4. Назначение цены на инновационные товары (услуги). Оценка объектов интеллектуальной собственности	13	1	4	5	8
Тема 5. Отраслевые особенности ценообразования как элемента комплекса маркетинга. Ценообразование и оценка бизнеса	16	2	6	8	8
Аттестация	0				
КСР	1			1	

Итого	72	6	24	31	41
-------	----	---	----	----	----

### Содержание разделов и тем дисциплины

#### Тема 1. Цена как экономическая категория и элемент комплекса маркетинга

Экономическая сущность цены. Теория трудовой стоимости. Теория факторов производства. Теория предельной полезности.

Состав и структура цены. Функции цен. Виды цен. Формы и методы государственного регулирования цен. Основные ценообразующие факторы, учитываемые при формировании цен предприятиями: структура рынка, конкурентная среда, ценность товара, тип товара и эластичность спроса. Определение базовой цены. Закономерности ценообразования на разных типах рынков

Особенности ценообразования в сфере услуг торговли: экономическое содержание торговой услуги, структура торговой надбавки, издержки обращения.

Цена как важный элемент комплекса маркетинга. Прочие элементы комплекса маркетинга и их влияние на цену. Полезность (ценность) товара как фактор формирования его цены. Психологические методы ценообразования. Факторы чувствительности к цене: эффект справедливости цен; эффект оценки качества через цену; эффект уникальности; эффект известности бренда.

#### Тема 2. Политика, стратегия и тактика ценообразования

Понятие ценовой политики. Цели и принципы формирования политики ценообразования. Принципы и методы формирования ценовой политики. Информационное обеспечение процесса ценообразования. Принципы принятия ценовых решений. Методы ценообразования. Особенности формирования цен в различных рыночных ситуациях: ценообразование с учетом жизненного цикла, пакетное ценообразование.

Ценовые стратегии предприятия. Стратегии ценообразования для новых товаров. Стратегии ценообразования в рамках существующего товарного предложения. Стратегии ценообразования для различных сегментов.

Оценка качества сервиса как основа для формирования ценовой политики и стратегии торговых предприятий. Имидж торгового предприятия и репутация персонала, их влияние на политику цен и стратегии ценообразования.

Мировые цены. Экспортные цены. Трансфертное ценообразование.

Тактика ценообразования. Ценообразование на основе спроса. Учет конкурентов в ценообразовании. Ценообразование на основе цен посредников.

#### Тема 3. Методы ценового стимулирования продаж

Понятие и цели ценового стимулирования продаж. Методы стимулирования продаж. Скидки и надбавки к цене. Новаторские концепции ценообразования. Причины и условия изменения текущих цен.

Оценка ценовых решений в торговле.

Стратегические, специфические и разовые цели стимулирования. Субъекты стимулирования, типы стимулирования.

Скидки. Виды скидок: плановые, тактические, явные, неявные. Скидки производителя, торгового посредника, розничного магазина. Функциональные, целевые, временные скидки. Дилерские скидки. Скидки за объем, ассортимент, для поощрения продаж новинки. Купоны, сезонные скидки, распродажи. Принятие решение о скидке. Стимулирование сбыта одного товара с использованием ценового стимулирования. Стимулирование сбыта нескольких реализуемых совместно товаров с использованием методов ценового стимулирования.

Неценовые методы стимулирования. Натуральное стимулирование. Игровое стимулирование. Сервисное стимулирование.

#### Тема 4. Назначение цены на инновационные товары (услуги). Оценка объектов интеллектуальной собственности.

Факторы, влияющие на стоимость инновационных товаров (услуг). Подготовка инновационного проекта, информационная база проекта. Инновационно-предпринимательская деятельность как основа проекта создания инновационного товара (услуги). Признаки инновационной деятельности. Факторы, влияющие на проект создания инновационного товара. Результаты деятельности наукоемкого инновационного предприятия. Показатели успешности проекта по созданию инновационного товара (услуги). Роль инновационных товаров (услуг) в цифровой экономике.

Методы ценообразования на инновационный товар. Оценка затрат на производство инновационного товара.

Параметрический метод. Этапы создания инновационной ценности. Уровни детализации инновационных затрат. Метод аналогий. Метод функционального деления или базовой принадлежности затрат.

Проблемы коммерциализации инновационных товаров. Проблемы технического и рыночного характера. Проблемы коммуникации и обратной связи. Диффузия новизны. Влияние инновационной деятельности на организационные изменения и рост затрат.

Объекты интеллектуальной собственности как результат инновационной деятельности. Виды объектов интеллектуальной собственности. Особенности объектов интеллектуальной собственности и их оценки на основе доходного, затратного и сравнительного подходов.

Тема 5. Отраслевые особенности ценообразования как элемента комплекса маркетинга.

Ценообразование и оценка бизнеса.

Ценообразование в сфере услуг Ценообразование на услуги транспорта. Ценообразование в строительстве. Ценообразование в машиностроении. Ценообразование на продукцию ТЭК.

Стоимость бизнеса как ключевой индикатор эффективности деятельности предприятия. Влияние маркетинговой деятельности и ценообразования на стоимость бизнеса. Рыночная, инвестиционная, ликвидационная стоимости бизнеса и активов: особенности формирования. Факторы, влияющие на стоимость бизнеса. Принципы оценки стоимости бизнеса.

Доходный, затратный сравнительный подходы к оценке стоимости бизнеса как наиболее вероятной цены сделки купли-продажи бизнеса. Направления роста стоимости бизнеса.

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

Ценовая политика в маркетинге (Цветкова И.Ю.), <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=10059>.

Иные учебно-методические материалы:

Цель самостоятельной работы - формирование навыков непрерывного самообразования и профессионального совершенствования.

Самостоятельная работа способствует формированию аналитического и творческого мышления, совершенствует способы организации исследовательской деятельности, воспитывает целеустремленность, системность и последовательность в работе студентов, развивает у них навык завершать начатую работу.

Основные виды самостоятельной работы студентов:

- работа с основной и дополнительной литературой;

- изучение категориального аппарата дисциплины;
- самостоятельное изучение тем дисциплины;
- подготовка докладов-презентаций;
- подготовка к экзамену;
- работа в библиотеке;
- изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет.

#### Работа с основной и дополнительной литературой

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к научным монографиям и материалам периодических изданий. Работа с литературой предусматривает конспектирование наиболее актуальных и познавательных материалов. Это не только мобилизует внимание, но и способствует более глубокому осмыслению материала, его лучшему запоминанию, а также позволяет студентам проводить систематизацию и сравнительный анализ изучаемой информации. Таким образом, конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, которая требует от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций. Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую литературу для учебной и научной работы, уметь обращаться с предметными каталогами и библиографическим справочником библиотеки.

#### Изучение категориального аппарата дисциплины

Изучение и осмысление экономических категорий требует проработки лекционного материала, выполнения практических заданий, изучение словарей, энциклопедий, справочников.

Индивидуальная самостоятельная работа студента направлена на овладение и грамотное применение экономической терминологии в области управленческой деятельности.

#### Самостоятельное изучение тем дисциплины

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем изучаемой дисциплины. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, умений и навыков, всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Изучение вопросов определенной темы направлено на более глубокое усвоение основных категорий экономической теории, понимание экономических процессов, происходящих в обществе, совершенствование навыка анализа теоретического и эмпирического материала.

#### Подготовка докладов-презентаций

Написание докладов и подготовка презентации позволяет студентам глубже изучить темы курса, самостоятельно освоить изучаемый материал, пользуясь учебными пособиями и научными работами. Тема реферата может назначаться преподавателем или инициироваться студентом.

#### Подготовка к зачету

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине проходит в виде зачета. Условием успешного прохождения промежуточной аттестации является систематическая работа студента в течение семестра. В этом случае подготовка к зачету является систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

Рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к зачету, а также использовать в процессе обучения программу, основную и дополнительную литературу, другие методические материалы.

Желательно спланировать трехкратный просмотр материала перед зачетом. Во-первых, внимательное чтение с осмыслением, подчеркиванием и составлением краткого плана ответа.



Во-вторых, повторная проработка наиболее сложных вопросов. В-третьих, быстрый просмотр материала или планов ответов для его систематизации в памяти.

Самостоятельная работа в библиотеке

Важным аспектом самостоятельной подготовки студентов является работа с библиотечным фондом.

Это работа предполагает различные варианты повышения профессионального уровня студентов:

- а) получение книг для подробного изучения в течение семестра на научном абонементе;
- б) изучение книг, журналов, газет - в читальном зале;
- в) возможность поиска необходимого материала посредством электронного каталога;
- г) получение необходимых сведений об источниках информации у сотрудников библиотеки.

Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам. Необходимо помнить об оформлении ссылок на Интернет-источники.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студентов преподавателю целесообразно использовать следующие виды деятельности:

- консультации,
- выдача заданий на самостоятельную работу,
- информационное обеспечение обучения,
- контроль качества самостоятельной работы студентов.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.

## **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

### **5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Доклад) для оценки сформированности компетенции ПК-12:**

1. Анализ процесса оценки бизнеса на основе исследования Федеральных стандартов оценки №1,2,3,8.
2. Направления совершенствования ценообразования и стимулирования продаж в торговом предприятии с учетом изменения поведения потребителей в условиях COVID.
3. Совершенствование ценовой политики предприятия «...» отрасли для развития маркетинговой деятельности.
4. Анализ принципов, условий и механизмов применения модели ценообразования на капитальные активы для оценки стоимости бизнеса.
5. Ценовые мультипликаторы: оценка потенциальной цены бизнеса «...» на основе сравнительного подхода.
6. Факторы роста стоимости бизнеса в сфере розничной торговли в условиях цифровой экономики (на примере предприятия «...»).

7. Особенности ценообразования на услуги предприятия в сфере логистической деятельности (на примере предприятия «...»).

### 5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Доклад) для оценки сформированности компетенции ПК-4:

1. Цена как важный элемент комплекса маркетинга.
2. Теории, обосновывающие экономическую природу цены: особенности и влияние на ценообразование.
3. Инновационно-предпринимательская деятельность и создание инновационных товаров в цифровой экономике: проблемы и перспективы, особенности ценообразования.
4. Особенности оценки стоимости товарных знаков.
5. Оценка объектов интеллектуальной стоимости методом освобождения от роялти: особенности и перспективы применения для повышения эффективности процессов коммерциализации.
6. Новации в ценообразовании в условиях цифровизации экономики.
7. Развитие методов ценового стимулирования сбыта на предприятии «,,,»
8. Использование методологии поведенческой экономики в современном ценообразовании и стимулировании продаж.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Доклад)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Доклад соответствует выбранной теме, обучающийся ссылается на авторитетных авторов, использует достоверные источники информации. Обучающийся аргументированно отстаивает свою точку зрения по всему спектру затрагиваемых проблем. Презентация отвечает критериям аналитичности, информативности. Обучающийся способен выразить идею ясно, сделать необходимые выводы.
отлично	Доклад соответствует выбранной теме, обучающийся ссылается на авторитетных авторов, использует достоверные источники информации. Обучающийся высказывает свою точку зрения по всему спектру затрагиваемых проблем. Презентация отвечает критериям аналитичности, лаконичности, информативности. Обучающийся способен выразить идею ясно, сделать необходимые выводы.
очень хорошо	Доклад соответствует изучаемой теме, обучающийся корректно излагает идеи современных авторов. Однако авторская позиция просматривается с трудом. Работа перегружена информацией общего характера. Обучающийся способен выразить свою точку зрения. Выводы дают целостного представления о проделанной работе.
хорошо	Доклад соответствует изучаемой теме, обучающийся корректно излагает идеи современных авторов. Однако авторская позиция просматривается с трудом. Работа перегружена информацией общего характера. Обучающийся способен выразить частные суждения, но не поднимается до обобщений. Выводы фрагментарны и не дают целостного представления о проделанной работе.
удовлетворительно	Доклад соответствует изучаемой теме, но не в полной мере раскрывает ее, обучающийся не ссылается на авторитетных авторов, использует

Оценка	Критерии оценивания
	недостовверные источники информации. Обучающийся с трудом выражает свою мысль, выводы не вытекают из сказанного.
неудовлетворительно	Доклад не в полной мере соответствует изучаемой теме, не в полной мере раскрывает ее, обучающийся не ссылается на авторитетных авторов, использует недостоверные источники информации. Обучающийся с трудом выражает свою мысль, выводы не вытекают из сказанного.
плохо	Доклад не соответствует изучаемой теме или не раскрывает ее содержания.

### 5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-12:

1 Внедрение научных разработок зачастую происходит очень медленно, что сказывается на эффективности деятельности разработчика. Часто проблема заключается в недостаточной коммерциализации разработок. Что подразумевается под понятием «коммерциализация»?

- А) налаживание связей с торговыми организациями
- Б) надлежащее оформление патентов и заявок
- В) создание эффективного спроса на инновационный продукт
- Г) определение цены проекта ниже, чем у конкурентов

2 При выборе принципа ценообразования необходимо иметь в виду наиболее значимые факторы влияния. Какие рыночные факторы не будут оказывать влияние на тактику ценообразования в стандартных условиях работы компании?

- А) ставка рефинансирования
- Б) степень остроты конкуренции
- В) степень зависимости от торгового посредника
- Г) чувствительность потребителя к ценам
- Д) уровень инфляции

3 Розничная цена косметического набора составляет 2040 рублей (с НДС 20%). Цена закупки 1250 рублей. Продавец решает сделать скидку 10% для увеличения скорости продаж. На какой процент должны увеличиться продажи, если продавец хочет оставить валовую прибыль на прежнем уровне?

А) 50%

Б) 10%

В) 60%

Г) 30%

4 При росте волатильности доходности акций относительно волатильности рынка при прочих равных условиях растет стоимость бизнеса за счет снижения ставки дисконтирования.

А) Верно

Б) Неверно

5 Как называется процесс выделения и анализа эффектов, генерируемых оцениваемым объектом интеллектуальной собственности (нематериальным активом) (впишите 2 слова)?

Ответ: \_\_\_\_\_

#### **5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-4:**

1 Существует большое количество факторов, которые влияют на затраты производства. Какие факторы не будут влиять на затраты продукции российского производителя товаров из льна?

А) затраты на коммерческую деятельность

Б) изменение тарифов на электроэнергию

В) рост цен на натуральные материалы

Г) рост зарплат сотрудников головного офиса компании

Д) увеличение производительности труда рабочих из-за внедрения нового оборудования

2 В себестоимость входят различные затраты. Что из нижеперечисленного можно классифицировать как прямые затраты?

- А) затраты, которые распределяют по нескольким объектам учета
- Б) затраты, которые распределяют в зависимости от окупаемости товара
- В) затраты, которые относят на определенный объект учета
- Г) затраты, которые включают в себя только сырье и материалы

3 Существует два основных метода определения себестоимости товара: метод полного покрытия затрат и метод маржинальных затрат. По какой формуле можно определить себестоимость методом маржинальных затрат?

- А) себестоимость = переменные затраты + удельные постоянные затраты
- Б) себестоимость = переменные затраты + постоянные затраты
- В) себестоимость = переменные затраты
- Г) себестоимость = удельные постоянные затраты

4 На семинаре по внедрению инновационной продукции на рынок перечисляются различные проблемы организации этого процесса. Какую проблему можно отнести к процессу ценообразования?

- А) технологическая косность производственного персонала, который не хочет менять свои наработанные схемы производства
- Б) сложности с поиском инвесторов из-за невозможности спрогнозировать результат внедрения новшества
- В) возникают проблемы с определением времени окупаемости проектов
- Г) различные процессы с трудом поддаются унификации с точки зрения формирования затрат

5 Производитель игровых приставок и программного обеспечения к ним решает создать новый вид игровой приставки, которая имеет гибкий экран и может складываться. Какой метод определения цены ему целесообразно применить в этом случае?

- А) параметрический метод
- Б) метод базовой принадлежности затрат
- В) метод функционального деления

Г) метод аналогий

### Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	96-100% правильных ответов
отлично	86-95% правильных ответов
очень хорошо	81-85% правильных ответов
хорошо	66-80% правильных ответов
удовлетворительно	56-65% правильных ответов
неудовлетворительно	56-65% правильных ответов
плохо	45% и меньше правильных ответов

### 5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-12:

#### Практическое задание 1

Определить величину текущей прибыли (выигрыша) от внедрения нового механизма упаковывания товаров с помощью метода выигрыша в себестоимости, если конкурирующее предприятие на упаковывание аналогичного товара тратит 6,5 руб. на 1 шт., при этом 30% себестоимости представляют собой затраты на труд. Предприятие продает 210 000 товаров в год. Новый механизм упаковывания товаров позволяет сэкономить 1,2руб. с 1 шт. за счет использования новых материалов и 25% трудовых затрат. Данное преимущество сохранится 6 лет. Ставка дисконтирования = 18%.

### 5.1.6 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-4:

#### Практическое задание 1

Российская оптовая торговая фирма покупает товар А по цене 250 руб. и продает в среднем в неделю по 400 единиц данного товара по цене 290 руб. Маркетологи фирмы, изучив цены конкурентов, предложили для привлечения покупателей и увеличения товарооборота снизить цену товара А на 12% (в течение недели).

Оцените качество принятого управленческого решения о снижении цены на товар А. Сколько единиц товара нужно будет продать торговой фирме после снижения цены, чтобы валовой доход от продажи остался неизменным при условии, что цены даны без НДС и акцизов?

### Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, даны четкие и последовательные ответы, показано глубокое знание основного и дополнительного материала
отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, даны четкие и последовательные ответы, показано глубокое знание основного материала
очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, даны четкие и последовательные ответы, показано глубокое знание основного материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера
хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, даны четкие и последовательные ответы, показано глубокое знание основного материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера
удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), допущены ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрыто содержание основного материала
неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), дана неверная информация при ответе на поставленные задачи, допущены грубые ошибки при толковании материала, демонстрируется незнание основных терминов и понятий.
плохо	Задание не выполнено, обучаемый демонстрирует полное незнание материала

## 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место	Минимально допустимый уровень знаний.	Уровень знаний в объеме, соответствующем	Уровень знаний в объеме, соответствующем	Уровень знаний в объеме, соответствующем	Уровень знаний в объеме, превышающем программу

	оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	грубые ошибки	Допущено много негрубых ошибок	программе подготовки . Допущено несколько негрубых ошибок	программе подготовки . Допущено несколько несущественных ошибок	программе подготовки и. Ошибок нет.	подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами .	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	<b>превосходно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	<b>удовлетворительно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».



	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»
--	-------	---

### **5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-12**

1. Скидки. Виды скидок: плановые, тактические, явные, неявные.
2. Скидки производителя, торгового посредника, розничного магазина.
3. Функциональные, целевые, временные скидки. Дилерские скидки.
4. Скидки за объем, ассортимент, для поощрения продаж новинки.
5. Купоны, сезонные скидки, распродажи.
6. Принятие решение о скидке.
7. Стимулирование сбыта одного товара с использованием ценового стимулирования.
8. Стимулирование сбыта нескольких реализуемых совместно товаров с использованием методов ценового стимулирования.
9. Неценовые методы стимулирования. Натуральное стимулирование.
10. Игровое стимулирование. Сервисное стимулирование.
11. Факторы, влияющие на стоимость инновационных товаров (услуг). Подготовка инновационного проекта, информационная база проекта.
12. Инновационно-предпринимательская деятельность как основа проекта создания инновационного товара (услуги). Признаки инновационной деятельности.
13. Факторы, влияющие на проект создания инновационного товара. Результаты деятельности наукоемкого инновационного предприятия.
14. Показатели успешности проекта по созданию инновационного товара (услуги). Роль инновационных товаров (услуг) в цифровой экономике.
15. Методы ценообразования на инновационный товар. Оценка затрат на производство инновационного товара.
16. Параметрический метод. Этапы создания инновационной ценности. Уровни детализации инновационных затрат.
17. Метод аналогий.
18. Метод функционального деления или базовой принадлежности затрат.
19. Проблемы коммерциализации инновационных товаров. Проблемы технического и рыночного характера. Проблемы коммуникации и обратной связи.
20. Диффузия новизны. Влияние инновационной деятельности на организационные изменения и рост затрат.
21. Объекты интеллектуальной собственности как результат инновационной деятельности. Виды объектов интеллектуальной собственности.
22. Особенности объектов интеллектуальной собственности и их оценки на основе доходного, затратного и сравнительного подходов.
23. Ценообразование в сфере услуг
24. Ценообразование на услуги транспорта.
25. Ценообразование в строительстве.
26. Ценообразование в машиностроении.
27. Ценообразование на продукцию ТЭК.
28. Стоимость бизнеса как ключевой индикатор эффективности деятельности предприятия. Влияние маркетинговой деятельности и ценообразования на стоимость бизнеса.

29. Рыночная, инвестиционная, ликвидационная стоимости бизнеса и активов: особенности формирования. Факторы, влияющие на стоимость бизнеса.
30. Принципы оценки стоимости бизнеса.
31. Доходный, затратный сравнительный подходы к оценке стоимости бизнеса как наиболее вероятной цены сделки купли-продажи бизнеса.
32. Направления роста стоимости бизнеса.

### **5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-4**

1. Экономическая сущность цены. Теория
2. Скидки. Виды скидок: плановые, тактические, явные, неявные.
3. Скидки производителя, торгового посредника, розничного магазина.
4. Функциональные, целевые, временные скидки. Дилерские скидки.
5. Скидки за объем, ассортимент, для поощрения продаж новинки.
6. Купоны, сезонные скидки, распродажи.
7. Принятие решение о скидке.
8. Стимулирование сбыта одного товара с использованием ценового стимулирования.
9. Стимулирование сбыта нескольких реализуемых совместно товаров с использованием методов ценового стимулирования.
10. Неценовые методы стимулирования. Натуральное стимулирование.
11. Игровое стимулирование. Сервисное стимулирование.
12. Факторы, влияющие на стоимость инновационных товаров (услуг). Подготовка инновационного проекта, информационная база проекта.
13. Инновационно-предпринимательская деятельность как основа проекта создания инновационного товара (услуги). Признаки инновационной деятельности.
14. Факторы, влияющие на проект создания инновационного товара. Результаты деятельности наукоемкого инновационного предприятия.
15. Показатели успешности проекта по созданию инновационного товара (услуги). Роль инновационных товаров (услуг) в цифровой экономике.
16. Методы ценообразования на инновационный товар. Оценка затрат на производство инновационного товара.
17. Параметрический метод. Этапы создания инновационной ценности. Уровни детализации инновационных затрат.
18. Метод аналогий.
19. Метод функционального деления или базовой принадлежности затрат.
20. Проблемы коммерциализации инновационных товаров. Проблемы технического и рыночного характера. Проблемы коммуникации и обратной связи.
21. Диффузия новизны. Влияние инновационной деятельности на организационные изменения и рост затрат.
22. Объекты интеллектуальной собственности как результат инновационной деятельности. Виды объектов интеллектуальной собственности.
23. Особенности объектов интеллектуальной собственности и их оценки на основе доходного, затратного и сравнительного подходов.
24. Ценообразование в сфере услуг
25. Ценообразование на услуги транспорта.
26. Ценообразование в строительстве.
27. Ценообразование в машиностроении.
28. Ценообразование на продукцию ТЭК.
29. Стоимость бизнеса как ключевой индикатор эффективности деятельности предприятия. Влияние маркетинговой деятельности и ценообразования на стоимость бизнеса.

30. Рыночная, инвестиционная, ликвидационная стоимости бизнеса и активов: особенности формирования. Факторы, влияющие на стоимость бизнеса.
31. Принципы оценки стоимости бизнеса.
32. Доходный, затратный сравнительный подходы к оценке стоимости бизнеса как наиболее вероятной цены сделки купли-продажи бизнеса.
33. Направления роста стоимости бизнеса.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки. Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок. Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок. Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок. Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.
не зачтено	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа.

### 5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-12

На рынке имеются два предприятия, выставленные на продажу, необходимо определить наиболее выгодное предприятие для покупки, с точки зрения получения максимальных доходов, определяемых как разница цены покупки (продажной цены) и стоимости бизнеса с учетом планируемого его использования. Имеются следующие данные:

№ Показатели	Предприятие №1	Предприятие №2
1. Продажная цена предприятия, млн. руб.	8	10
2. Получаемый чистый денежный поток за год, млн. руб.	3,4	4,6
3. Эффективный срок экономической жизни, в годах	6	5
4. Ликвидационная стоимость активов (стоимость бизнеса в постпрогнозный период), млн. руб.	0,8	1,1
5. Необходимая норма прибыли (ставка дисконта), %	20	20

### 5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-4

#### Практическое задание 3

Определить величину текущей прибыли (выигрыша) от внедрения нового механизма упаковывания товаров с помощью метода выигрыша в себестоимости, если конкурирующее предприятие на упаковывание аналогичного товара тратит 6,5 руб. на 1 шт., при этом 30% себестоимости представляют собой затраты на труд. Предприятие продает 210 000 товаров в год. Новый механизм упаковывания товаров позволяет сэкономить 1,2руб. с 1 шт. за счет использования новых материалов и 25% трудовых затрат. Данное преимущество сохранится 6 лет. Ставка дисконтирования = 18%.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, даны четкие и последовательные ответы, показано глубокое знание основного и дополнительного материала. Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, даны четкие и последовательные ответы, показано глубокое знание основного материала. Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, даны четкие и последовательные ответы, показано глубокое знание основного материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера. Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучаемый показывает наличие системы знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы. Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), допущены ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрыто содержание основного материала.
не зачтено	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), дана неверная информация при ответе на поставленные задачи, допущены грубые ошибки при толковании материала, демонстрируется незнание основных терминов и понятий. Задание не выполнено, обучаемый демонстрирует полное незнание материала.

### 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Ямпольская Д. О. Ценообразование : учебник / Д. О. Ямпольская. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 193 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-11197-2. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=846199&idb=0>.
2. Ценообразование : учебник и практикум / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. - 7-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 420 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-16890-7. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=871017&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Магомедов Магомед Даниялович. Ценообразование : Учебник / Московский городской педагогический университет. - 7. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023.

- 246 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-05463-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875785&idb=0>.

2. Токарев Борис Евгеньевич. Маркетинг инновационно-технологических стартапов: от технологии до коммерческого результата : Монография / Государственный университет управления. - Москва : Издательство "Магистр", 2020. - 264 с. - Дополнительное профессиональное образование. - ISBN 978-5-9776-0472-7. - ISBN 978-5-16-106330-9. - ISBN 978-5-16-013669-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=628528&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. Операционная система Microsoft Windows
2. Прикладное программное обеспечение Microsoft Office Professional
3. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»
4. <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/> - «Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций»
5. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) – Федеральная служба государственной статистики
6. [www.nizhstat.gks.ru](http://www.nizhstat.gks.ru) – Нижегородский областной комитет государственной статистики
7. <https://www.tadviser.ru/> - Портал «Государство. Бизнес. IT»
8. <https://www.rvc.ru/> - АО «Российская венчурная компания» (АО «РВК») — государственный фонд фондов и институт развития венчурного рынка Российской Федерации.

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами, специализированным оборудованием: Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: персональный компьютер, проектор.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой (персональными компьютерами) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 38.04.06 - Торговое дело.

Автор(ы): Цветков Максим Алексеевич, кандидат экономических наук, доцент.

Рецензент(ы): Генеральный директор Торговой компании «ОПТСТАНДАРТ», к.э.н., С.В. Воробьева.

Заведующий кафедрой: Чкалова Ольга Владимировна, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12 ноября 2024 года, протокол № №5.