

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговое ценообразование в туризме
Кафедра «Финансы и страхование» экономического факультета

Образовательная программа

38.04.02 «Менеджмент»

Профиль подготовки
«Маркетинг в туризме»

Уровень высшего образования
магистратура

Форма обучения
очная

Статус дисциплины: вариативная по выбору

Махачкала, 2015 год

Маркетинг
Миссо

Рабочая программа дисциплины составлена в 2015 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры) от 30 марта 2015 г. № 322.

Разработчик(и): к.э.н., доцент кафедры ФиС ДГУ Чумакова М.К.

Рабочая программа дисциплины одобрена: на заседании кафедры Фис от «1» августа 2015 г., протокол № 11
Зав. кафедрой Финалалова Ф.И.
(подпись)

на заседании Методической комиссии экономического факультета от «1» июля 2015 г., протокол №10.
Председатель Махдиева Ю.М.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением «31» августа 2015 г. Фис
(подпись)

Фис

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел программы	Стр.
Аннотация рабочей программы дисциплины	4
1. Цели освоения дисциплины	5
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата	5
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)	5
4. Объем, структура и содержание дисциплины	6
5. Образовательные технологии	13
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов	14
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	15
<i>7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины</i>	15
<i>7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания</i>	16
<i>7.3. Типовые контрольные задания</i>	20
<i>7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций</i>	26
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	27
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	27
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	28
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	28
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	28
Приложения	29

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Маркетинговое ценообразование в туризме» входит в вариативную часть обязательных дисциплин, часть образовательной программы магистратуры «Менеджмент» по направлению 38.04.02 «Менеджмент». Дисциплина реализуется на экономическом факультете кафедрой «Финансы и страхование».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основами финансовых отношений, а также с организацией финансовой системы государства.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-2, ПК-3.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: текущего контроля в форме контрольной работы и промежуточного контроля в форме зачета.

Объем дисциплины 2 зачетные единицы, в том числе в академических часах 72 ч. по видам учебных занятий

Семестр	Учебные занятия						СРС, в том числе экзамен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем							
	Все го	из них						
Лекции		Лабораторные занятия	Семинарские занятия	КСР	консультации			
А	72	6	-	16	-	-	50	зачет

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения курса «Маркетинговое ценообразование в туризме» являются теоретические основы маркетинга и ценообразования в туризме.

Кроме того, данный курс формирует представление о наиболее актуальных проблемах организации ценообразования в туристической отрасли.

Основная задача курса «**Маркетинговое ценообразование в туризме**» состоит в том, чтобы дать магистрантам комплекс теоретических и практических знаний, необходимых для правильного понимания основ ценообразования в туризме на современном этапе, его роли и значения в системе маркетинга.

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры

Дисциплина «Финансовая система государства» входит в вариативную часть образовательной программы магистратуры «Маркетинг в туризме» по направлению 38.04.02 «**Менеджмент**» опирается на такие теоретические курсы, как «Маркетинг» и «Маркетинговые исследования», имеет теоретическую и практическую направленность. Освоение дисциплины позволяет магистрантам получить представление о сущности, принципах и правовой основе ценообразования в туризме.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ПК-2	способностью готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	<u>Знать</u> : этапы развития финансовой системы государства, его основные звенья, формирование зарубежных финансовых систем. <u>Уметь</u> : выделять направления развития государственных и муниципальных финансов, а также резервы их роста на микро- и макроуровне. <u>Владеть</u> : навыками разработки предложений по повышению эффективности финансового обеспечения финансовой системы на микро- и макроуровне.
ПК-3	способностью руководить экономическими службами и подразделениями на пред-	<u>Знать</u> : структуру публичных и хозяйственных финансов государства. <u>Уметь</u> : выявлять и проводить исследование финансово-экономических рисков в

	приятных и организационных различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти	деятельности хозяйствующих субъектов для разработки системы управления рисками в процессе деятельности. <u>Владеть:</u> навыками разработки предложений по формированию системы управления в организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часа.

4.2. Структура дисциплины.

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Семинарские занятия	Контроль самост. раб.		
Модуль 1. Цена как составной элемент маркетинга в туризме								
1.	Сущность и основы маркетинга в сфере туризма.	11	1-3	2	2		8	Опросы, участие в дискуссиях
2.	Классификация и структура цены.	11	4-6	-	4		10	Опросы, участие в дискуссиях, решение кейс-заданий
3.	Маркетинговые аспекты ценообразования	11	7	2	2		6	Опросы, участие в дискуссиях, решение задач, выполнение тестовых заданий
Итого по модулю 1.				4	8		24	
Модуль 2. Организационные основы ценообразования в туризме.								
4	Цены и рыночная конъюнктура	11	8-9	-	2		10	Опросы, представление докладов

5.	Особенности ценообразования в туризме.	11	11	2	4		10	
6.	Риск в ценообразовании и страховании цен	11	12	--	2		6	
	<i>Итого по модулю 2:</i>		8-12	2	8		26	Контрольная работа
	ИТОГО:			6	16		50	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Модуль 1. Цена как составной элемент маркетинга в туризме

Тема 1. Сущность и основы маркетинга в сфере туризма.

Туристическая деятельность : государственное регулирование и основные субъекты правоотношений. Методы маркетинга в туризме.. Основные принципы маркетинга в сфере туризма

Тема 2. Классификация и структура цены

Понятие системы цен. Предпосылки взаимосвязи и взаимозависимости всех цен.

Виды цен по характеру обслуживаемого оборота: оптовые, розничные, закупочные, цены на строительную продукцию, тарифы, наценки в сфере обращения, цены, обслуживающие внешнеторговый оборот.

Виды цен по времени действия: постоянные, сезонные, ступенчатые, скользящие, подвижные, текущие, разовые.

Виды цен по способу формирования (регулирования): государственные, договорные, свободные.

Виды цен по способу получения информации об уровне цены: публикуемые и расчетные.

Понятие плановых и тактических скидок с цен. Значение скидок с цен. Виды тактических скидок: простая, скидка за оборот, дилерская, специальные скидки и другие.

Состав и элементы цены: себестоимость, прибыль, наценки обращения, косвенные налоги. Понятие структуры цены.

Понятие себестоимости продукции. Классификация издержек предприятия. Состав бухгалтерских издержек: материальные затраты, затраты на оплату труда, амортизационные отчисления, прочие затраты.

Понятие и состав экономических (предпринимательских) издержек: бухгалтерские издержки, нормальная предпринимательская прибыль, косвенные налоги, альтернативные издержки. Понятие и состав альтернативных издержек. Валовые, средние и предельные издержки предприятия.

Роль прибыли в формировании цены. Виды прибыли предприятия: валовая, средняя, предельная. Правило максимизации прибыли предприятия- Наценки обращения в цене товара: оптово-сбытовые и торговые надбавки, их состав и особенности формирования.

Виды налогов, включаемых в цену товара. Взаимосвязь и взаимозависимость цен и налогов.

Тема 3. Маркетинговые аспекты ценообразования

Этапы формирования цены в туристической деятельности. Основные ценовые стратегии и цели ценообразования. Государственное регулирование ценообразования.

Модуль 2. Организационные основы ценообразования в туризме

Тема 4. Цены и рыночная конъюнктура

Понятие спроса и объема спроса. Закон спроса. Линейная зависимость спроса от цены. Факторы, влияющие на величину спроса. Ценовые и неценовые факторы.

Понятие и закон предложения. Линейная зависимость предложения от цены. Факторы, влияющие на величину предложения.

Равновесная рыночная цена.

Ценовая эластичность спроса. Точечная и дуговая эластичность спроса по цене. Возможные состояния эластичности спроса по цене. Понятие перекрестной эластичности. Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса.

Тема 5. Особенности ценообразования в туризме.

Основные виды цен. Наценки в туристической деятельности. Специфика ценообразования в туристической отрасли.\

Тема 6. Риск в ценообразовании и страховании цен

Понятие и сущность риска. Теории риска: классическая и неоклассическая. Сущность риска в ценообразовании.

Этапы оценки риска. Критерии оценки риска. Определение степени риска.

Методы снижения риска: диверсификация, объединение и распределение риска.

Страхование цен.

Темы практических и/или семинарских занятий

Основное назначение семинара состоит в углубленном изучении конкретной дисциплины. Он развивает творческую самостоятельность студентов, укрепляет их интерес к науке, научным исследованиям, помогает связывать научно-теоретические положения с жизнью, содействуя выработке практических навыков работы. Вместе с тем семинары являются также средством контроля за результатами самостоятельной работы студентов, своеобразной формой коллективного подведения ее итогов.

Семинар проводится со всем составом группы студентов. Преподаватель заблаговременно определяет тему, цель, задачи семинара, планирует его проведение, формулирует основные и дополнительные вопросы по теме, распределяет задания с учетом индивидуальных возможностей студентов и их желаний, подбирает литературу, проводит индивидуальные и групповые консультации, проверяет конспекты, формулирует темы докладов и рефератов.

Также одной из форм учебного занятия, направленной на развитие самостоятельности учащихся и приобретение умений и навыков, является **практическое занятие**.

Основное различие между семинарскими и практическими занятиями состоит в том, что на первых рассматриваются, как правило, теоретические вопросы, а на вторых усваиваются знания преимущественно прикладного характера, приобретаются практические навыки. Практически все курсы вузовской подготовки обучающегося сопровождаются лабораторно-практическими занятиями.

Эти занятия включают в себя такие виды работ, как: выполнение типовых расчетов; лабораторные и другие работы, которые носят преимущественно тренировочный характер (решение задач, приобретение умений в пользовании оборудованием и ТСО); проверка знаний, полученных на лекциях, семинарах и самостоятельно.

Модуль 1. Цена как составной элемент маркетинга в туризме

Тема 1. Сущность и основы маркетинга в сфере туризма.

Целью семинарского занятия является изучение сущности и основ маркетинга в туристической деятельности.

Вопросы :

1. Туристическая деятельность : государственное регулирование и основные субъекты правоотношений.
2. Методы маркетинга в туризме..
3. Основные принципы маркетинга в сфере туризма

Контрольные вопросы:

1. Какова сущность туристической деятельности ?
2. Какие правовые акты регулируют туристическую деятельность?
3. Перечислите субъектов правоотношений в туристической деятельности?
4. Перечислите основные методы маркетинга в туризме?
5. Характеристика основных принципов маркетинга в туризме?

Литература:

1. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности: Учебное пособие для бакалавров/ Н.Ю.Веселова. М.: ИТК «Дашков и К», 2015.- 250с.

2. Маркетинг и ценообразование. Практикум: учебное пособие / И.И. Грищенко 4 под ред. И.И. Грищенко. - Минск: Изд-во Гревцова, 2013. - 176с.

Тема 2. Классификация и состав цены

Целью практического занятия является изучение видов цен по различным классификациям, состава цены и ее структуры. В результате усвоения материала студенты должны уметь рассчитывать величину оптовых и розничных цен, доли различных элементов в общей сумме цены, влияние на цену изменений объемов производства продукции, рентабельности продукции, изменения ставок налогов.

Вопросы :

1. Понятие системы цен. Предпосылки взаимосвязи и взаимозависимости всех цен.
2. Виды цен по характеру обслуживаемого оборота
3. Виды цен по времени действия:
4. Виды цен по способу формирования (регулируемому): государственные, договорные, свободные.
5. Виды цен по способу получения информации об уровне цены: публикуемые и расчетные.
6. Понятие плановых и тактических скидок с цен.
7. Состав и структура цены.

Контрольные вопросы:

- 1) Из каких элементов состоит розничная цена?
- 2) В чем состоят особенности формирования оптовых цен?
- 3) Что из себя представляет закупочная цена?
- 4) В чем заключаются особенности плановых скидок с цен?
- 5) Чем отличаются оптовые цены предприятия и оптовые цены промышленности?
- 6) Что представляют собой альтернативные издержки? Привести пример.
- 7) Что такое условно-переменные (частично-переменные) издержки?
- 8) Какие налоги включаются в состав себестоимости продукции?
- 9) Чем по составу отличаются оптовая и торговая надбавки к ценам?
- 10) Какие налоги оказывают наибольшее влияние на цены?

Литература:

1. Липсиц И.В. Ценообразование: Учебно-практическое пособие. - М.: Юрайт, 2014. - 528С.
2. Базданикин, Александр Сергеевич. Цены и ценообразование : учеб. пособие / Базданикин, Александр Сергеевич. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2015. - 370 с. - (Основы наук). - Рекомендовано УМО.

3.Горина Г.А. Ценообразование: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Коммерция (торговое дело)» и «Маркетинг» / Г.А.Горина.- М.: ЮНИТИ-ДАНА.2012.-127с. (<http://biblioclub.ru>)

Тема 3.Маркетинговые аспекты ценообразования

Целью занятия является рассмотрение этапов формирования цены туристической деятельности и основ государственного регулирования цен в этой сфере.

Вопросы:

- 1.Этапы формирования цены в туристической деятельности.
- 2.Основные ценовые стратегии и цели ценообразования.
- 3.Государственное регулирование ценообразования.

Контрольные вопросы:

- 1.Какие основные этапы формирования цены в туристической деятельности ?
2. Основные подходы при ценообразовании в туризме?
- 3.Перечислите стратегии ценообразования в туризме?
- 4.Сущность ценовой тактики в ценообразовании.
- 5.Какие категории ценообразования государственного регулирования цен в туризме?

Литература:

- 1.Баздникин, Александр Сергеевич. Цены и ценообразование : учеб. пособие / Баздникин, Александр Сергеевич. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2015. - 370 с. - (Основы наук). - Рекомендовано УМО.
2. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности: Учебное пособие для бакалавров/ Н.Ю.Веселова. М.: ИТК «Дашков и К», 2015.- 250с.
- 3.Маркетинг :учебник/ под ред. Н.М. Кондратенко.-М.:Юрайт, 2011.-540с.- (Основы наук).-Допущено МО РФ

Модуль 2. Организационные основы ценообразования в туризме

Тема 4. Цены и рыночная конъюнктура

Целью практического занятия является усвоение законов рыночной экономики (законов спроса и предложения), показателей ценовой эластичности спроса. В результате студент должен уметь рассчитывать влияние изменений цены на изменение спроса на товар.

Вопросы:

1. Законы спроса и предложения..
2. Ценовая эластичность спроса. Точечная и дуговая эластичность спроса по цене. Возможные состояния эластичности спроса по цене.
3. Понятие перекрестной эластичности. Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса.
4. Решение задач

Контрольные вопросы:

- 1) Какие факторы влияют на спрос и предложение товаров на рынке?
- 2) Что представляют собой неценовые факторы и как они влияют на спрос?
- 3) На какие товары спрос менее эластичен и на какие эластичен?
- 4) Какие существуют состояния эластичности спроса по цене?
- 5) Как влияет изменение цен на выручку от реализации продукции при разных состояниях ценовой эластичности спроса?

Литература:

1. Липсиц И.В. Ценообразование: Учебно-практическое пособие. - М.: Юрайт, 2014. - 528С.
2. Баздникин, Александр Сергеевич. Цены и ценообразование : учеб. пособие / Баздникин, Александр Сергеевич. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2015. - 370 с. - (Основы наук). - Рекомендовано УМО.
3. Ценообразование: теория и практика учебное пособие / Е.А. Костина, Е.Н. Белкина, Е.А. Казарова : Ставропольский государственный аграрный университет., 2013-234с.

Тема 5. Особенности ценообразования в туризме.

Целью семинарского занятия является изучение специфических особенностей становления цены в сфере туризма.

Вопросы:

1. Основные виды цен в туристической деятельности.
2. Наценки в туристической деятельности.
3. Специфика ценообразования в туристической отрасли.

Контрольные вопросы:

1. Перечислите виды цен в туризме?
2. Какие основные наценки в туристической деятельности ?
3. Основные особенности ценообразования в туризме?

Литература:

2. Липсиц И.В. Ценообразование: Учебно-практическое пособие. - М.: Юрайт, 2014. - 528С.
2. Баздникин, Александр Сергеевич. Цены и ценообразование : учеб. пособие / Баздникин, Александр Сергеевич. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2015. - 370 с. - (Основы наук). - Рекомендовано УМО.
3. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности: Учебное пособие для бакалавров/ Н.Ю. Веселова. М.: ИТК «Дашков и К», 2015.- 250с.

Тема 6. Риск в ценообразовании и страховании цен

Целью семинарского занятия является изучение роли риска в определении цен, а также сущности страхования цен.

Вопросы:

1. Понятие и сущность риска.
2. Методы снижения риска:
3. Страхование цен.

Контрольные вопросы:

- 1) Какие основные теории риска?
- 2) Определение ситуации риска?
- 3) что представляет собой процесс оценки риска?
- 4) Влияние риска на ценообразование?
- 5) Понятие страхования цен?

Литература:

1. Липсиц И.В. Ценообразование: Учебно-практическое пособие. - М.: Юрайт, 2014. - 528С.
2. Баздникин, Александр Сергеевич. Цены и ценообразование : учеб. пособие / Баздникин, Александр Сергеевич. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2015. - 370 с. - (Основы наук). - Рекомендовано УМО.

5. Образовательные технологии

Для проведения лекционных и семинарских занятий используются различные образовательные технологии.

При ведении семинарских занятий по данной дисциплине используются такие стандартные методы обучения, как тестирование, фронтальный опрос, индивидуальный опрос, учебная конференция, метод малых групп и т.п.

При ведении занятий определенное количество часов (6 часов) отведено интерактивным формам. Лекции при этом проводятся с использованием средств визуализации лекционного материала (мультимедийных презентаций) и применением таких методов и технологий, как дискуссия, проблемная лекция и т.п. При проведении семинаров в интерактивной форме используются следующие методы: дискуссии, круглый стол, учебная конференция и т.п.

Кроме того, в процессе изучения дисциплины с целью повышения качества обучения предполагается использование научно-исследовательской работы магистрантов. (приложение 1,2)

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
Самостоятельная работа по дисциплине «Финансовая система государства» (84 часов) предусматривает:

Раздел дисциплины	№ занятия	Вид работы	Норма времени на выполнение (в часах)
Тема 1	1-2	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях	5
		подготовка к семинарским занятиям	2
		подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине	1
Тема 2	3-4	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях	4
		подготовка к семинарским занятиям	4
		подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине	2
Тема 3	5-6	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях	2
		подготовка к семинарским занятиям	2
		подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине	2
Тема 4	6-8	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях	5
		подготовка к семинарским занятиям	3
		подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине	2
Тема 5	9-10	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях	6
		подготовка к семинарским занятиям	2
		подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине	2
Тема 6	11	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях	2
		подготовка к семинарским занятиям	2
		подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине	2
Итого			50

Темы дисциплины для самостоятельного изучения:

Тема дисциплины	Содержание темы для самостоятельного изучения и ссылки на литературу	Количество часов	Форма контроля
Тема 2-6	Ценообразование в условиях инфляции Литература: 11) Баздникин, Александр Сергеевич. Цены и ценообразование : учеб. пособие / Баздникин, Александр Сергеевич. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2015. - 370 с. - (Основы наук). - Рекомендовано УМО. 12) Изабакаров И.Г., Ниналалова Ф.И. Цены и ценообразование. - Махачкала: Издательство ДГУ, 2011. – 270с.	6	Контрольное тестирование

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины.

Компетенция	Знания, умения, навыки	Процедура освоения
ПК-8	<u>Знать:</u> этапы развития финансовой системы государства, его основные звенья, формирование зарубежных финансовых систем. <u>Уметь:</u> выделять направления развития государственных и муниципальных финансов, а также резервы их роста на микро- и макроуровне. <u>Владеть:</u> навыками разработки предложений по повышению эффективности финансового обеспечения финансовой системы на микро- и макроуровне.	Устный опрос, письменный опрос, мини-конференция
ПК-11	<u>Знать:</u> структуру публичных и частных хозяйственных финансов государства. <u>Уметь:</u> выявлять и проводить исследование финансово-экономических рисков в деятельности хозяйствующих субъектов для разработки системы управления рисками в процессе деятельности. <u>Владеть:</u> навыками разработки предложений по формированию системы управления в организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти	Устный опрос, «мозговой штурм», круглый стол
ПК-13	<u>Знать:</u> методы преподавания экономи-	Устный опрос,

	<p>ческих дисциплин в области современной финансовой системы России.</p> <p><u>Уметь</u>: применять методы и методику преподавания экономических дисциплин в в сфере управления публичных финансов и финансов организаций.</p> <p><u>Уметь</u>: проводить исследования проблем сфере управления публичных финансов и финансов организаций.</p> <p><u>Владеть</u>: современными методиками преподавания экономических дисциплин в области государственных и муниципальных финансов</p>	<p>проблемная лекция, разработка презентаций и тестов.</p>
--	---	--

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

ПК-8

Схема оценки уровня формирования компетенции «способностью готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне

»

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Пороговый	Представление об основах ценообразования, этапов формирования цены на предприятии..	Имеет неполное представление об основах ценообразования, этапов формирования цены на предприятии..	Допускает неточности в понимании основ ценообразования, этапов формирования цены на предприятии..	Демонстрирует четкое представление об основах ценообразования, этапов формирования цены на предприятии..
Базовый	Умение выделять основные стратегии ценообразования как элемента маркетинга в сфере туризма, проводить расчеты цен на различные виды услуг.на микроуровне.	Демонстрирует слабое умение самостоятельно выделять основные стратегии ценообразования как элемента маркетинга в сфере туризма, проводить расчеты цен на различные виды услуг.на микроуровне.	Может самостоятельно с допущением некоторых неточностей выделять основные стратегии ценообразования как элемента маркетинга в сфере туризма, проводить расчеты цен на различные виды услуг.на микроуровне.	Может эффективно самостоятельно выделять основные стратегии ценообразования как элемента маркетинга в сфере туризма, проводить расчеты цен на различные виды услуг.на микроуровне.

Продвинутый	Понимание методов разработки аналитических материалов в процессе ценообразования для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия решений на микро- и макро уровне.	Демонстрирует достаточное владения методами разработки аналитических материалов в процессе ценообразования для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия решений на микро- и макро уровне.	Дополнительно демонстрирует владение методами разработки аналитических материалов в процессе ценообразования для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия решений на микро- и макро уровне.	Способен эффективно и самостоятельно осуществлять разработку аналитических материалов в процессе ценообразования для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия решений на микро- и макро уровне.
-------------	---	---	---	---

ПК-11

Схема оценки уровня формирования компетенции «способностью руководить экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти»

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Пороговый	Представление о методах формирования цены на предприятиях различных форм собственности.	Имеет неполное представление о методах формирования цены на предприятиях различных форм собственности .	Допускает неточности в понимании методов формирования цены на предприятиях различных форм собственности	Демонстрирует четкое понимание о методах формирования цены на предприятиях различных форм собственности государства.

Базовый	Умение выявлять и проводить исследование финансово-экономических рисков в деятельности хозяйствующих субъектов при формировании цены на предприятиях различных форм собственности..	Демонстрирует слабое умение самостоятельно выявлять и проводить исследование финансово-экономических рисков в деятельности хозяйствующих субъектов при формировании цены на предприятиях различных форм собственности..	Может самостоятельно с допущением некоторых неточностей выявлять и проводить исследование финансово-экономических рисков в деятельности хозяйствующих субъектов при формировании цены на предприятиях различных форм собственности..	Может эффективно самостоятельно выявлять и проводить исследование финансово-экономических рисков в деятельности хозяйствующих субъектов при формировании цены на предприятиях различных форм собственности.
Продвинутый	Владение способностью руководить экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности в целях формирования окончательной цены , и в органами государственной и муниципальной власти	Демонстрирует достаточное владение способностью руководить экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности в целях формирования окончательной цены, и органами государственной и муниципальной власти	Дополнительно демонстрирует владение способностью руководить экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности в целях формирования окончательной цены, и органами государственной и муниципальной власти.	Способен эффективно и самостоятельно осуществлять руководство экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности в целях формирования окончательной цены, и органами государственной и муниципальной власти.

ПК-13

Схема оценки уровня формирования компетенции «способностью применять современные методы и методики преподавания экономических

дисциплин в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования »

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Пороговый	Представление о теоретических основах ценообразования в целях преподавания экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования »	Имеет неполное Представление о теоретических основах ценообразования в целях преподавания экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования	Допускает неточности в Представление о теоретических основах ценообразования в целях преподавания экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования	Демонстрирует четкое Представление о теоретических основах ценообразования в целях преподавания экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования
Базовый	Умение применять современные методы и методики преподавания экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования »	Демонстрирует слабое умение применять современные методы и методики преподавания экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования »	Может самостоятельно с допущением некоторых неточностей применять современные методы и методики преподавания экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования »	Может эффективно самостоятельно применять современные методы и методики преподавания экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования »

Продвинутый	Владеть современными методами и методиками преподавания экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования	Демонстрирует достаточное владение современными методами и методиками преподавания экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования	Дополнительно демонстрирует владение современными методами и методиками преподавания экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования	Способен эффективно и самостоятельно осуществлять преподавание экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования с использованием современных методов и методик преподавания.
-------------	--	---	---	--

Если хотя бы одна из компетенций не сформирована, то положительная оценки по дисциплине быть не может.

7.3. Типовые контрольные задания

Примерная тематика рефератов:

1. Влияние изменения цен на издержки и прибыль предприятия.
2. Особенности формирования цен на новые товары.
3. Взаимосвязь цен и финансов.
4. Взаимосвязь цен и кредита.
5. Взаимосвязь цен и денежного обращения.
6. Ценообразование в сфере естественных монополий.
7. Особенности ценообразования на различных стадиях жизненного цикла товара.
8. Ценовая политика предприятия.
9. Надбавки и скидки к ценам.
10. Трансфертное ценообразование.
11. Особенности ценообразования в условиях финансового кризиса.
12. Либерализация цен в России и политика цен на современном этапе.
13. Особенности ценообразования в условиях инфляции.
14. Государственное регулирование цен в промышленно развитых странах.
15. Государственное регулирование цен в развивающихся странах.
16. Ценообразование в общественном питании.
17. Ценообразование в АПК.

18. Ценообразование на рынке недвижимости.
19. Ценообразование в сфере естественных монополий.
20. Система органов государственного контроля за ценами.
21. Правовое регулирование государственного контроля за ценами в РФ.
22. Косвенное вмешательство государства в процессы ценообразования в условиях рынка.

Примерные тестовые задания:

Тема . Классификация и структура цен

Задача 1.

Рассчитать оптовую цену предприятия, оптовую цену промышленности и розничную цену по следующим данным:

1. себестоимость единицы продукции – 780 р.
2. прибыль на единицу продукции – 160 р.
3. надбавка оптовой организации – 210 р.
4. торговая наценка – 15%

Задача 2.

Рассчитать оптовую цену предприятия, оптовую цену промышленности и розничную цену по следующим данным:

1. себестоимость единицы продукции – 1300 р.
2. прибыль на единицу продукции – 320 р.
3. надбавка оптовой организации – 250 р.
4. торговая наценка – 10%

1. К ценам, отражающим характер обслуживаемого оборота, относятся...

- А) закупочные цены
- Б) аукционные цены
- В) регулируемые цены
- Г) сезонные цены
- Д) тарифы

2. Сметные цены - это цены на...

- А) стройматериалы
- Б) продукцию строительства
- В) услуги населению
- Г) продукцию сельского хозяйства

3. Оптовая цена предприятия включает...

- А) себестоимость, прибыль предприятия-производителя и косвенные налоги
- Б) оптовую цену промышленности и надбавку торговой организации
- В) себестоимость и надбавку предприятия-посредника
- Г) оптовую цену промышленности и надбавку оптовой организации

4. Оптовая цена промышленности включает...

- А) оптовую цену предприятия (без учета НДС) и надбавку торговой организации
- Б) розничную цену и надбавку торговой организации

В) оптовую цену предприятия (без учета НДС), надбавку оптовой организации и НДС

Г) оптовую цену предприятия и косвенные налоги

5. К особенностям аукционной цены относится следующее утверждение...

А) аукцион - это постоянно действующий рынок

Б) здесь реализуются редкие, уникальные товары

В) здесь присутствуют множество покупателей и один продавец

Г) аукцион - это периодически организуемый рынок

Д) здесь присутствуют множество продавцов и один покупатель

6. Закупочные цены - это цены, устанавливаемые государством на...

А) продукцию сельского хозяйства

Б) продукцию строительства

В) услуги населению

Г) услуги в сфере обращения

7. Бонусная скидка – это...

А) общая скидка

Б) дилерская скидка

В) скидка за оборот

Г) скидка за количество или серийность

8. Розничная цена включает в себя...

А) оптовую цену промышленности, надбавку оптового посредника и НДС

Б) оптовую цену предприятия и НДС

В) оптовую цену предприятия и надбавку торговой организации

Г) оптовую цену промышленности и надбавку торговой организации

9. По времени действия различают...

А) справочные цены

Б) сезонные цены

В) текущие цены

Г) свободные цены

Д) постоянные цены

10. Тарифы – это...

А) надбавки в сфере обращения

Б) цены на продукцию строительства

В) цены на продукцию сельского хозяйства

Г) цены на услуги, оказываемые юридическим и физическим лицам

Задача 1.

Рассчитать оптовую цену предприятия, оптовую цену промышленности и розничную цену по следующим данным:

1. полная себестоимость продукции – 420 т.р.

2. рентабельность продукции – 15%

3. надбавка оптовой организации – 120 т.р.

4. торговая наценка – 5%

5. объем производства – 300 шт.

Задача 2.

Рассчитать отпускную цену предприятия и ее структуру по следующим данным:

1. стоимость сырья и материалов по цене приобретения на единицу продукции - 3400 р.

- в том числе НДС – 520 р.

2. прочие затраты – 5100 р.

3. рентабельность продукции – 17%

1. Себестоимость продукции включает...

А) затраты, связанные с производством продукции

Б) затраты на производство и реализацию продукции

В) затраты, связанные с реализацией продукции

Г) издержки обращения

2. Постоянные издержки – это...

А) затраты на единицу продукции

Б) издержки, удельный вес которых снижается при увеличении объема производства

В) неявные издержки

Г) затраты, величина которых не зависит от объема производства

Д) затраты, величина которых зависит от объема производства

3. В состав бухгалтерских издержек не включаются...

А) неявные издержки

Б) материальные затраты

В) косвенные налоги

Г) затраты на оплату труда

Д) амортизационные отчисления

4. Экономические издержки...

А) включают явные и не включают неявные издержки

Б) включают явные и неявные издержки

В) это альтернативные издержки

Г) это бухгалтерские издержки

5. В состав себестоимости не включается...

А) земельный налог

Б) налог на добавленную стоимость

В) водный налог

Г) единый социальный налог

Д) налог на прибыль

6. К постоянным затратам относятся

А) расходы на топливо и энергию

Б) затраты на страхование имущества предприятия

В) затраты на сырье и материалы

Г) затраты на заработную плату основным работникам

Д) затраты на аренду помещений

7. Предельные издержки – это...

- А) максимальные затраты предприятия
- Б) прирост валовых издержек в результате производства и реализации одной дополнительной единицы продукции
- В) минимальные затраты предприятия на единицу продукции
- Г) издержки на единицу продукции

8. Рентабельность продукции определяется как...

- А) отношение себестоимости к прибыли
- Б) отношение прибыли к себестоимости продукции
- В) произведение прибыли и себестоимости
- Г) отношение прибыли к стоимости основных средств предприятия

9. Прибыль предприятия, согласно «правилу максимизации прибыли», достигает максимального значения при таком объеме производства, когда...

- А) предельный доход равен нулю
- Б) предельные издержки равны нулю
- В) предельный доход равен предельным издержкам
- Г) предельная прибыль равна предельному доходу

10. Оптовая надбавка включает...

- А) прибыль предприятий оптовой торговли
- Б) издержки обращения
- В) издержки и прибыль предприятий оптовой торговли
- Г) издержки и прибыль предприятий оптовой торговли, а также НДС

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Задание для проведения текущего контроля по итогам освоения Модуля №1 дисциплины «Маркетинговое ценообразование в туризме»

1 вариант

1. Переменные затраты включают... □

- А) затраты на сырье и материалы
- Б) земельный налог
- В) затраты на аренду помещений
- Г) затраты на оплату труда
- Д) расходы на топливо и энергию

2. Цены, зафиксированные в контракте, но которые могут измениться в дальнейшем, если к моменту исполнения контракта рыночная цена на аналогичный товар изменится – это...

- А) скользящие цены
- Б) свободные цены
- В) подвижные цены
- Г) ступенчатые цены

3. Структура цены – это...

- А) материальные, финансовые и трудовые ресурсы предприятия
- Б) уровень затрат на производство товара

В) процентное соотношение отдельных составляющих цены

Г) соотношение материальных, трудовых затрат и прибыли

4 При расчете рентабельности продукции за основу принимается...

А) валовая прибыль

Б) предельная прибыль

В) прибыль от реализации продукции

Г) чистая прибыль

5. Издержки, которые непосредственно связаны с производством определенных видов продукции, это _____ издержки

6. Скидка, предоставляемая покупателю при условии покупки им заранее определенного увеличивающегося количества товара – это...

А) бонусная скидка

Б) прогрессивная скидка

В) скидка за оборот

Г) дилерская скидка

7. Скидка, предоставляемая покупателям в виде льготных или беспроцентных кредитов, путем оказания бесплатных услуг, предоставления бесплатных образцов – это...

А) специальная скидка

Б) общая скидка

В) бонусная скидка

Г) скрытая скидка

8. Издержки, которые непосредственно связаны с производством определенных видов продукции, это _____ издержки

9. По способу возмещения в цене транспортных расходов различают... □

А) цены базисных пунктов

Б) цены, единые для всей страны

В) постоянные цены

Г) зональные цены

Д) сезонные цены

Задача 1.

Себестоимость единицы продукции составила 1100 руб., прибыль на единицу продукции – 250 руб., уровень розничной цены – 1900руб.

Рассчитайте величину торговой надбавки при условии, что торговое предприятие приобрело продукцию непосредственно у производителя.

Вопросы:

1. Стоимостная теория цены и ее представители.

2. Распределительная и измерительная функции цены

Примерный перечень вопросов к итоговому контролю знаний студентов (зачету):

1. Государственное регулирование туристической деятельности.

2. Основные субъекты правоотношений в туристической деятельности

3. Методы маркетинга в туризме..

4. Основные принципы маркетинга в сфере туризма
5. Понятие системы цен. Предпосылки взаимосвязи и взаимозависимости всех цен.
6. Виды цен по характеру обслуживаемого оборота
7. Виды цен по времени действия:
8. Виды цен по способу формирования (регулируемому): государственные, договорные, свободные.
9. Виды цен по способу получения информации об уровне цены: публикуемые и расчетные.
10. Понятие плановых и тактических скидок с цен.
11. Состав и структура цены.
12. Этапы формирования цены в туристической деятельности.
13. Основные ценовые стратегии и цели ценообразования.
14. Законы спроса и предложения.
15. Ценовая эластичность спроса. Точечная и дуговая эластичность спроса по цене. Возможные состояния эластичности спроса по цене.
16. Понятие перекрестной эластичности. Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса.
17. Основные виды цен в туристической деятельности.
18. Наценки в туристической деятельности.
19. Специфика ценообразования в туристической отрасли.
20. Равновесная рыночная цена.
21. Понятие и виды ценовой эластичности спроса.
22. Понятие риска. Сущность риска в ценообразовании.
23. Этапы и критерии оценки риска.
24. Методы снижения риска.
25. Методы страхования цен.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля - 50% и промежуточного контроля - 50%.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий – 10 баллов (на каждом занятии),
- участие на семинарских занятиях - 90 баллов (на каждом занятии),
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ - 100 баллов.

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- устный опрос или тестирование - 100 баллов,

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература:

- 13) Липсиц И.В. Ценообразование: Учебно-практическое пособие. - М.: Юрайт, 2014. - 528С.
- 2.Баздникин, Александр Сергеевич. Цены и ценообразование : учеб. пособие / Баздникин, Александр Сергеевич. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2015. - 370 с. - (Основы наук). - Рекомендовано УМО.
3. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности: Учебное пособие для бакалавров/ Н.Ю.Веселова. М.: ИТК «Дашков и К», 2015.- 250с.

б) дополнительная литература:

- 14) Горина Г.А. Ценообразование: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Коммерция (торговое дело)» и «Маркетинг» / Г.А.Горина.- М.: ЮНИТИ-ДАНА.2012.-127с. (<http://biblioclub.ru>)
- 15) Изабакаров И.Г., Ниналалова Ф.И. Цены и ценообразование. Практикум для проведения практических занятий и самостоятельной работы студентов экономического факультета. – Махачкала: Издательство ДГУ, 2011. – 72с.
- 16) Маркетинг и ценообразование.Практикум:учебное пособие/И.И.Грищенко 4 под ред. И.И.Грищенко.-Минск:Изд-во Гревцова, 2013.- 176с.
- 17) Цены и ценообразование / под ред. В.Е.Есипова. – СПб.: Питер, 2010. – 572с.
- 18) Маркетинг :учебник/ под ред. Н.М. Кондратенко.-М.:Юрайт, 2011.- 540с.- (Основы наук).-Допущено МО РФ
- 19) Салимжанов И.К. Ценообразование.– М.: Изд-во Кнорус, 2011 – 348с.
- 20) Ценообразование:теория и практика учебное пособие / Е.А. Костина, Е.Н.Белкина, Е.А.Казарова :Ставропольский государственный аграрный университет., 2013-234с.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ <http://economy.gov.ru/minec/>
2. Официальный сайт Росстата: www.gks.ru
3. Справочная правовая система «Консультант Плюс»: www.consultant.ru
4. Официальный сайт Федерального агентства по туризму <http://www.russiatourism.ru>:
5. Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы.:www.fas.ru

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Оптимальным путем освоения дисциплины является посещение всех лекций и семинаров и выполнение предлагаемых заданий в виде рефератов, докладов, тестов, кейс-заданий и устных вопросов.

На лекциях рекомендуется деятельность студента в форме активного слушания, т.е. предполагается возможность задавать вопросы на уточнение понимания темы и рекомендуется конспектирование основных положений лекции. На семинарских занятиях деятельность студента заключается в активном слушании докладов других студентов, предоставлении собственных докладов, участии в обсуждении докладов, выполнении контрольных заданий и т.п.

При подготовке к семинарскому занятию обучающиеся должны прежде всего изучить конспект лекций по заданной теме, ознакомиться с соответствующим разделом в учебнике (законодательном документе), рекомендованном в качестве основной литературы. При желании студент может ознакомиться и с дополнительной литературой. Необходимо также обратить внимание на периодику, чтобы использовать более «свежий» материал.

Форма работы с литературой должна быть разнообразной – начиная от комментированного чтения и заканчивая выполнением различных заданий на основе прочитанной литературы. Например, составление плана прочитанного материала; подбор выписок из литературы по заданным вопросам; конспектирование текста.

По пропущенному занятию студентам рекомендуется подготовить реферат. Темы рефератов формулируются студентами по согласованию с преподавателем. Примерная тематика рефератов представлена в разделе 7.3. данной рабочей программы.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

При подготовке к семинарским занятиям, а также при написании рефератов могут использоваться поисковые сайты сети «Интернет», информационно-справочная система «Консультант+», а также Интернет-ресурсы, перечисленные в разделе 9 данной программы. Кроме того, могут использоваться учебные материалы, размещенные на образовательном блоге Чумаковой М.К. «Социальное страхование» <http://markonrf.blogspot.ru/>. Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Лекционный зал на 20-30 человек, стандартная семинарская аудитория для группы 20-25 чел., мультимедиапроектор, ноутбук.

Использование интерактивных форм проведения занятий

Распределение часов на проведение занятий в интерактивной форме

Форма обучения: очная

Распределение часов на проведение занятий в интерактивной форме

Наименование тем	Лекции		Практические занятия	
	кол-во час.	форма проведения	кол-во час.	форма проведения
Тема 2. Классификация и структура цен	2	Лекция-дискуссия с использованием мультимедийных средств		
Тема 3. Маркетинговые аспекты ценообразования	-	Лекция-дискуссия с использованием мультимедийных средств	2	Деловая игра "Разработка ценовой политики предприятия"
Тема 5. Особенности ценообразования в туризме.	2	Лекция-презентация, проблемная лекция		
Итого:	4		2	

Тема 3. . Маркетинговые аспекты ценообразования **(семинарское занятие)**

Деловая игра «Разработка ценовой политика предприятия»

В современной рыночной экономике особую значимость для коммерческих организаций приобретает цена на, услуги как регулятор товарно-денежных отношений между производителями и потребителями, продавцами и покупателями. Проблеме ценообразования в РФ посвящена данная деловая игра (ситуация).

Целью деловой игры (ситуации) является разработка ценовой политики предприятия в условиях рынка, обеспечивающей его устойчивое положение на рынке, имидж и высокую доходность от предпринимательской деятельности.

Деловая игра (ситуация) проводится с целью закрепления теоретических знаний студентов по рассматриваемой проблеме, развития их самостоятельного мышления, творческой активности, умения общаться и работать в группе.

Деловая игра (ситуация) проводится после изучения данной темы.

Деловая игра (ситуация) проводится в 3 этапа, продолжительность её проведения 2 часа.

Первый этап – организационный, на котором преподаватель знакомит студентов учебной группы с целью, содержанием и порядком проведения деловой игры.

Учебная группа разбивается на подгруппы по 3-5 человек, в каждой из подгрупп выбирается лидер, в обязанности которого входит организация работы подгруппы в ходе проведения деловой игры (ситуации), формирование коллективного мнения, представление мнения, подгруппы во время обсуждения вопросов по рассматриваемой проблеме.

На **втором этапе**, на который отводится 20-30 минут, преподаватель предлагает студентам провести обсуждение следующих вопросов:

1. Что такое цена и её функции в условиях рынка?
2. Виды цен и их особенности.
3. Факторы, влияющие на уровень цены.
4. Методы формирования цен.
5. Требования, предъявляемые к ценам.
6. Что означает активное и пассивное ценообразование?
7. Издержки производства, включаемые в цену изделия.
8. Какова цель и задачи индексации потребительских цен?
9. Ценовые стратегии, их цели и задачи.
10. Какова должна быть ценовая политика предприятия в условиях рынка?

Преподаватель по каждому из предлагаемых вопросов предоставляет слово для ответа участникам деловых подгрупп, организует дискуссию по обсуждаемой проблеме, делает соответствующие поправки, замечания на правильность ответов. С целью развития у студентов соревновательности и творческого подхода в ходе игры преподаватель осуществляет соответствующую балльную оценку за правильно аргументированные ответы на задаваемые вопросы. Для этих целей преподаватель может привлекать в качестве экспертов, оценивающих качество и правильность ответов, студентов-участников игровых подгрупп.

Оценка результатов производится по следующей балльной оценке:

- правильный и полный ответ – 5 баллов;
- правильный, но недостаточно полный ответ – 4 балла;
- неправильный ответ – 3 балла.

Третий этап проведения деловой игры (ситуации) – каждая подгруппа студентов разрабатывает проект ценовой стратегии и ценовой политики предприятия с учётом проектируемой его сферы деятельности, выбранного вида продукции (работ, услуг), предположительного спроса и предложения на производимую продукцию. При разработке программ подгруппы могут основное внимание уделить рассмотрению методологических аспектов формирования цены на выпускаемую продукцию, выбору наиболее эффективного метода, например метода безубыточности или целевой прибыли; использованию в практических расчётах при установлении цены предельных издержек. При разработке проекта ценовой политики подгруппы могут рассмотреть такие направления её реализации как: формирование «высоких» цен на отдельные виды продукции, либо «средних» цен на выпускаемую продукцию, либо уменьшение цены за счёт снижения издержек производства на единицу продукции и увеличение объёма продаж этой продукции, установление системы скидок. Среди направлений реализации ценовой политики предприятия могут быть также учтены следующие моменты: информационное обеспечение процесса разработки цен, использование вычислительной техники, уровень подготовленности специалистов, осуществляющих формирование цен.

При разработке ценовой стратегии предприятия игровыми группами могут быть рассмотрены различные варианты формирования издержек производства, включаемых в цену изделия, сделан выбор оптимального варианта издержек с учётом разных объёмов производства продукции.

После обсуждения предложенных подгруппами проектов ценовой политики преподаватель производит их оценку с учётом содержательности, конкретности, реальности. Учитывается также активность участников подгрупп в обсуждении представляемых проектов.

На третий этап деловой игры (ситуации) отводится 40-50 минут.

В заключении деловой игры преподаватель обобщает её итоги, даёт оценку общих результатов работ игровых подгрупп.