

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Маркетинговое ценообразование в туризме

**Кафедра «Финансы и кредит» экономического факультета**

Образовательная программа

**38.04.02 Менеджмент**

Профиль подготовки

**«Маркетинг в туризме»**

Уровень высшего образования

**магистратура**

Форма обучения

**очная**

Статус дисциплины: вариативная, обязательная

Махачкала, 2018 год

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговое ценообразование в туризме» составлена в 2018 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры) от 30 марта 2015 г. N 322.

Разработчик(и): кафедра «Финансы и кредит»  
Чумакова М.К., к.э.н., доцент  
Алиев А.М., к.э.н., ст. преп.

Рабочая программа дисциплины одобрена:  
на заседании кафедры «Финансы и кредит» от «26» июня 2018 г., протокол № 1.

Зав. кафедрой, д.э.н., проф. \_\_\_\_\_ Алиев Б.Х.

на заседании Методической комиссии экономического факультета от «30» июня 2018 г., протокол № 10.

Председатель \_\_\_\_\_ Сулейманова Д.А.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением «30» июня 2018 г. \_\_\_\_\_

## СОДЕРЖАНИЕ

Раздел программы	Стр.
Аннотация рабочей программы дисциплины	
1. Цели освоения дисциплины	
2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры	
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)	
4. Объем, структура и содержание дисциплины	
5. Образовательные технологии	
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов	
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	

## Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Маркетинговое ценообразование в туризме» входит в вариативную часть образовательной программы магистратуры «Маркетинг в туризме» по направлению 38.04.02 Менеджмент, является обязательной. Дисциплина реализуется кафедрой «Финансы и кредит».

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			
В	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 ОПОП магистратуры

Дисциплина «Маркетинговое ценообразование в туризме» 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)

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения
ПК-2	способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знает: методические подходы к подготовке корпоративной маркетинговой стратегии, программы организационного развития и изменений и обеспечения их реализации. Умеет: разрабатывать корпоративную маркетинговую стратегию, программу организационного развития и изменений и обеспечивает их реализацию Владеет: навыками разработки корпоративной маркетинговой стратегии, программы организационного развития и изменений.
ПК-3	способностью использовать современные	Знает: методы управления корпоративными финансами для решения

	методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	стратегических задач в туристической организации. Умеет: использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в туристической организации. Владеет: методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в туристической организации.
--	---	--

#### 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.		
<b>Модуль 1. Цена как составной элемент маркетинга в туризме</b>								
1.	Ценообразование в сфере туризма	В	1-3	2	2		8	Опросы, участие в дискуссиях
2.	Классификация и структура цены. Скидки с цен.	В	4-6	-	4		10	Опросы, участие в дискуссиях, представление рефератов
3.	Маркетинговые аспекты ценообразования.	В	7	2	2		6	Опросы, участие в дискуссиях, выполнение тестовых заданий
<b>Итого по модулю 1: 36ч.</b>			В	4	8		24	Опрос
<b>Модуль 2. Организационные основы ценообразования в туризме.</b>								
4	Цены и рыночная конъюнктура	В	8-9	-	2		10	Опросы, представление рефератов

5.	Особенности ценообразования в туризме.	В	11	2	4		10	Опросы, представление рефератов
6.	Риск в ценообразовании и страхование цен	В	12	--	2		6	
	<i>Итого по модулю 2: 36 ч.</i>	В	8-12	2	8		26	Контрольная работа
	<b><i>ИТОГО:</i></b>	В		<b>6</b>	<b>16</b>		<b>50</b>	<b><i>Зачет</i></b>

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

#### 4.3.1. Содержание лекционных занятий

##### *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 страхование 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.

## **4.3.2. Содержание практических занятий**

### ***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 (регулирования): 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?

*Ссылки на учебную литературу: 1,2,3,4*

### **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?

*Ссылки на учебную литературу: 1,2,3,4,5,6*

## **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?

*Ссылки на учебную литературу: 1,2,5,6*

### **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?

*Ссылки на учебную литературу: 1,2,3,5,6*

### **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?

*Ссылки на учебную литературу: 1,2,3,4,5,6*

### **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 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.

## **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

*Самостоятельная работа по дисциплине «Финансовая система государства» (50 часов) предусматривает:*

<b>Раздел дисциплины</b>	<b>№ занятия</b>	<b>Вид работы</b>	<b>Норма времени на выполнение (в часах)</b>
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 учеб-	6

		ной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях	
		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

## 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

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ПК-2	способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знает: методические подходы к подготовке корпоративной маркетинговой стратегии, программы организационного развития и изменений и обеспечения их реализации. Умеет: разрабатывать корпоративную маркетинговую стратегию, программу организационного развития и изменений и обеспечивает их реализацию Владеет: навыками разработки корпоративной маркетинговой стратегии, программы организационного развития и изменений.	Устный опрос, письменный опрос, реферат, участие в дискуссиях
ПК-3	способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Знает: методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в туристической организации. Умеет: использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в туристической организации. Владеет: методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в туристической организации.	Устный опрос, письменный опрос, реферат, участие в дискуссиях

## 7.2. 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 (регулирования): 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:*

1. Лосева О.В. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лосева О.В.— Электрон. текстовые данные.— Электрон. текстовые данные.— Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2012.— 81 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22946.html> (27.03.2018).
2. Магомедов, М.Д. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебник / М.Д. Магомедов, Е.Ю. Куломзина, И.И. Чайкина. - 3-е изд., перераб. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 248 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454085> (23.03.2018).
3. Ценообразование в организации [Электронный ресурс] : практикум. Учебное пособие / Т.В. Емельянова [и др.]. Минск: Вышэйшая школа, 2011.- 332 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20170.html>

### *б) дополнительная литература:*

4. Лев М.Ю. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Мировая экономика», «Налоги и налогообложение»/ Лев М.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 723 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71070.html> (20.03.2018).

5. Шуляк, П.Н. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие / П.Н. Шуляк ; Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°». - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 196 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=361799> (23.04.2018).
6. Косинова, Е.А. Ценообразование: теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.А. Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казарова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2012. - 160 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233076> (22.04.2018).

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

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики: [www.gks.ru](http://www.gks.ru) (дата обращения: 25.01.2018).
2. СПС «Консультант Плюс»: Законодательство: Версия Проф. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 25.01.2018).
3. Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах лит, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. – Махачкала, 2018. – URL: <http://elib.dgu.ru> (дата обращения 21.02.2018).
4. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Москва. – URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения 01.02.2018).
5. Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. – г. Махачкала. – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://moodle.dgu.ru/> (дата обращения 22.02.2018).

## **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 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), рекомендо-

ванном 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**

В процессе преподавания дисциплины предполагается использование современных технологий визуализации учебной информации (создание и демонстрация презентаций), использование ресурсов электронной информационно-образовательной среды университета.

Проведение данной дисциплины не предполагает использование специального программного обеспечения. Используется следующее лицензионное программное обеспечение общего назначения и информационные справочные системы: прикладные программы пакета OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc, Справочно Правовая Система КонсультантПлюс, Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ».

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

Для проведения занятий по дисциплине необходимы учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с достаточным количеством посадочных мест. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа должны быть оснащены современным демонстрационным (мультимедийным) оборудованием для показа презентаций.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.