

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Читинский институт (филиал)


ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра финансы и управление

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры финансов и управления
22 мая 2024 г. протокол № 9

Заведующий кафедрой
С.Л. Курьянова



**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ)
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
Б1.У.15 Цены и ценообразование**

Специальность: 38.05.02 Таможенное дело

Специализация: Таможенное дело

Квалификация выпускника: специалист таможенного дела

Чита, 2024 г.

**Структура
фонда оценочных средств
по дисциплине «Цены и ценообразование»**

№ п/п	Этапы формирова- ния компетенций	Перечень формируемых компетенций	ЗУНы (З.1, У1, Н1...)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характери- зующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	Описание по- казателей и крите- риев оценивания компетенций на раз- личных этапах формирования, описания шкал оце- нивания
1	1.1 Теоретические основы формирова- ния цены	ПК-9	З. Знать специфику це- нообразования, задачи, методы стратегии; условия и механизмы практического приме- нения данной науки в современных организа- циях. У. Уметь успеш- но применять на прак- тике подходы формиро- вания ценовой политики; задействио- вать при формировании развития организации различные методы це- нообразования. Н. Вла- деть основными и специальными мето- дами построения це-	Т	до10 б.

			новой политики деятельности предприятия (организации).		
2	1.2 Организация и управление ценообразованием в Российской Федерации	ПК-9	3. Знать специфику ценообразования, задачи, методы стратегии; условия и механизмы практического применения данной науки в современных организациях. У. Уметь успешно применять на практике подходы формирования ценовой политики; задействовать при формировании развития организации различные методы ценообразования. Н. Владеть основными и специальными методами построения ценовой политики деятельности предприятия (организации).	Т	до10 б.
3	1.3 Ценовая политика предприятий в условиях рыночной экономики	ПК-9	3. Знать специфику ценообразования, задачи, методы стратегии; условия и механизмы практического применения данной науки в современных организа-	Т	до10 б.

			циях. У. Уметь успешно применять на практике подходы формирования ценовой политики; задействовать при формировании развития организации различные методы ценообразования. Н. Владеть основными и специальными методами построения ценовой политики деятельности предприятия (организации).		
4	2.1 Формирование цен на продукцию в различных отраслях промышленности	ПК-9	3. Знать специфику ценообразования, задачи, методы стратегии; условия и механизмы практического применения данной науки в современных организациях. У. Уметь успешно применять на практике подходы формирования ценовой политики; задействовать при формировании развития организации различные методы ценообразования. Н. Владеть основными и	Т	до 10 б.

			специальными методами построения ценовой политики деятельности предприятия (организации).		
5	2.2 Ценообразование в ритейле на современном этапе	ПК-9	3. Знать специфику ценообразования, задачи, методы стратегии; условия и механизмы практического применения данной науки в современных организациях. У. Уметь успешно применять на практике подходы формирования ценовой политики; задействовать при формировании развития организации различные методы ценообразования. Н. Владеть основными и специальными методами построения ценовой политики деятельности предприятия (организации).	Т	до 10 б.
6	2.3 Ценообразование на услуги, особенности формирования цен	ПК-9	3. Знать специфику ценообразования, задачи, методы стратегии; условия и механизмы практического применения данной науки в	Т	до 10 б.

			современных организациях. У. Уметь успешно применять на практике подходы формирования ценовой политики; задействовать при формировании развития организации различные методы ценообразования. Н. Владеть основными и специальными методами построения ценовой политики деятельности предприятия (организации).		
7	3.1 Ценообразование на мировом рынке. Особенности формирования мировых цен по основным товарным группам	ПК-9	З. Знать специфику ценообразования, задачи, методы стратегии; условия и механизмы практического применения данной науки в современных организациях. У. Уметь успешно применять на практике подходы формирования ценовой политики; задействовать при формировании развития организации различные методы ценообразования. Н. Владеть основными и	Т	до 10 б.

			специальными методами построения ценовой политики деятельности предприятия (организации).		
8	3.2 Организация конъюктурно-ценовой работы при осуществлении внешнеторговых операций	ПК-9	З. Знать специфику ценообразования, задачи, методы стратегии; условия и механизмы практического применения данной науки в современных организациях. У. Уметь успешно применять на практике подходы формирования ценовой политики; задействовать при формировании развития организации различные методы ценообразования. Н. Владеть основными и специальными методами построения ценовой политики деятельности предприятия (организации).	Т	до 10 б.
9	3.3 Государственное регулирование внешнеторговых сделок	ПК-9	З. Знать специфику ценообразования, задачи, методы стратегии; условия и механизмы практического применения данной науки в	Т, Р	Тест до 10 баллов, Реферат до 10 баллов

			<p>современных организациях. У. Уметь успешно применять на практике подходы формирования ценовой политики; задействовать при формировании развития организации различные методы ценообразования. Н. Владеть основными и специальными методами построения ценовой политики деятельности предприятия (организации).</p>		
10	Итого по текущей аттестации	ПК-9	<p>З. Знать специфику ценообразования, задачи, методы стратегии; условия и механизмы практического применения данной науки в современных организациях. У. Уметь успешно применять на практике подходы формирования ценовой политики; задействовать при формировании развития организации различные методы ценообразования. Н. Владеть основными и</p>		Итого до 100 баллов

			специальными методами построения ценовой политики деятельности предприятия (организации).		
11	Промежуточная аттестация	ПК-9	З. Знать специфику ценообразования, задачи, методы стратегии; условия и механизмы практического применения данной науки в современных организациях. У. Уметь успешно применять на практике подходы формирования ценовой политики; задействовать при формировании развития организации различные методы ценообразования. Н. Владеть основными и специальными методами построения ценовой политики деятельности предприятия (организации).		Итого до 100 баллов

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ЧИТИНСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Кафедра финансы и управление

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

РАЗДЕЛ 1. Теория ценообразования

ТЕМА 1.1 Теоретические основы формирования цены

1. Основоположниками трудовой теории стоимости являются:
 1. А. Маршалл
 2. Аристотель и Ксенофонт
 3. **У.Петти, А. Смит**
 4. Д.Рикардо, П. Самуэльсон
2. Трудовая теория стоимости утверждала, что:
 1. **Цена товара это денежное выражение его стоимости**
 2. Цену товара и его стоимость нельзя приравнивать
 3. Цена товара определяется потребностью производителя
3. Согласно трудовой теории стоимости основой цены служат:
 1. Затраты ресурсов на производство
 2. **Затраты труда**
 3. Затраты торговых посредников при реализации продукции
4. К. Маркс был сторонником
 1. Теории предельной полезности
 2. Теории цены
 3. **Трудовой теории стоимости**
 4. Теории факторов производства
5. Факторы производства – это
 1. **Экономические ресурсы, которые обеспечивают процесс производства**
 2. Причины изменения условий производства
 3. Категория, показывающая, что целесообразно производить при имеющихся ресурсах
6. Теория факторов производства обосновывает стоимость товара исходя из:
 1. Затрат труда
 2. **Затрат всех факторов производства**
 3. Потребности производителя
 4. Доступности экономических ресурсов
7. Теория предельной полезности разработана представителями:
 1. Классической политэкономии
 2. Кембриджской школой
 3. Монетаризма
 4. **Маржинализма**
8. Теория предельной полезности раскрывает сущность стоимости исходя их:
 1. Затрат труда, капитала, земли
 2. **Предельной полезности потребляемых товаров и услуг**
 3. Издержек производителя
 4. Желания государства вмешаться в процесс рыночного ценообразования
9. А. Маршаллом разработана теория цены, в основе которой анализ спроса и предложения

1. **Верно**
 2. Неверно
10. Какое определение цены наиболее верно в современных условиях хозяйствования
1. Цена – денежное выражение стоимости товара
 2. Цена – форма выражения ценности, полезности благ, проявляющаяся в процессе обмена
 3. Цена – количество денег, за которое продавец согласен купить, а покупатель готов продать единицу товара или услуги
 4. **Цена – это количество денег, других товаров и услуг, величина процента, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги**

ТЕМА 1.2 Организация и управление ценообразованием в Российской Федерации

1. С какой целью государство устанавливает нижний предел цены
 1. Для решения социальных вопросов
 2. Для обеспечения необходимой прибыли предприятия
 3. **В фискальных целях**
2. В структуру цены какого типа продукции государство в первую очередь включит акциз
 1. **С неэластичным спросом**
 2. С абсолютно не эластичным спросом
 3. С эластичным спросом
3. Цена выполняет следующие функции:
 1. Функцию борьбы с монополиями
 2. Функцию средства обращения
 3. **Учетную и распределительную функцию**
 4. Посредническую функцию
4. Равновесная цена — цена, при которой равны ...
 1. объём реального производства и потенциальные возможности предприятий
 2. прибыль и затраты на производство товара
 3. **объём спроса на товар и объём его предложения**
5. Публикуемые (справочные) цены, как правило, являются ценами ...
 1. обмена
 2. **предложения**
 3. спроса
 4. взаимозачёта
6. Задачи, решаемые в процессе ценообразования
 1. улучшение качества производимой продукции
 2. снижение издержек
 3. оптимизация производственных площадей продавца
 4. **определение спроса, оценка издержек**
 5. разработка нового продукта
7. Антиинфляционная политика приводит к увеличению цен, поскольку все инструменты, используемые государством, приводит к увеличению совокупного спроса и инфляции спроса.
 1. Верно
 2. **Не верно**
8. Система цен – это:
 1. Механизм измерения цены
 2. Взаимосвязь цены и качества
 3. Совокупность методов установления цен

4. **Совокупность всех видов цен**
9. Цены можно классифицировать по следующим критериям:
 1. В зависимости от масштаба рынка
 2. В зависимости от способа установления
 3. В зависимости от периода действия
 4. **Все ответы верны**
10. Федеральная антимонопольная служба (ФАС), распространяя свое действие на участников олигополий запрещает:
 1. монополично устанавливать высокие или низкие цены,
 2. сокращать производство товара, на который имеется спрос,
 3. продавать свой товар по разным ценам разным категориям потребителей,
 4. **все ответы верны.**

ТЕМА 1.3. Ценовая политика предприятий в условиях рыночной экономики

1. Ценовая политика предприятия строится на основании следующих принципов
 1. Принцип непрерывности
 2. Принцип целевой направленности
 3. Принцип научности
 4. Принцип самостоятельности
 5. **Все ответы верны**
2. Цель ценовой политики состоит только в
 1. Установлении минимальной цены для стимулирования спроса
 2. Получении максимальной прибыли
 3. Обеспечении рентабельности предприятия
 4. **Все ответы неверны**
3. В результате ценовой политики должны быть обоснованы уровень и система действующих цен
 1. **Верно**
 2. Неверно
4. Решение каких-либо экономических или социальных задач отражает
 1. Принцип непрерывности ценообразования
 2. Принцип комплексного подхода к ценообразованию
 3. **Принцип целевой направленности цен**
 4. Все ответы верны
5. Улучшение качества продукции не может быть целью ценовой политики
 1. Верно
 2. **Неверно**
6. Такая цель ценовой политики как «снятие сливок» предусматривает
 1. Установление цен на уровне цен конкурентов
 2. **Установление высоких цен и последующее их снижение**
 3. Установление низких цен с целью охвата большего количества потребителей
 4. Все ответы верны
7. Этапами разработки ценовой политики являются
 1. Выбор целей
 2. Анализ существующего уровня цен
 3. Формирование механизма корректировки цен
 4. **Все ответы верны**
8. При выборе модели расчета уровня цен на конкретный товар учитывается
 1. **Цель ценовой политики**

2. Ассортимент продукции
 3. Структура рынка
 4. Все ответы неверны
9. При определении уровня цены базовым элементом для расчета может быть
1. Цена приемлемая для покупателя
 2. Средняя сумма издержек на единицу продукции
 3. Валовая прибыль на единицу продукции
 4. **Все ответы верны**
10. При формировании цены не следует учитывать жизненный цикл товара
1. Верно
 2. **Неверно**

РАЗДЕЛ 2. Формирование цен в различных отраслях

ТЕМА 2.1. Ценообразование в ритейле на современном этапе

1. Ритейл — это
 1. Предпринимательская деятельность по продаже товаров непосредственно конечным потребителям для их личного некоммерческого использования.
 2. **Комплекс процессов, связанных с продажей товаров конечному потребителю: от закупки у поставщиков до маркетинга и обслуживания клиентов.**
2. Основные методы ценообразования, которые применяются при осуществлении торговой деятельности:
 1. Затратные методы,
 2. Рыночные методы,
 3. Административный метод формирования цены,
 4. Параметрические методы,
 5. **Все ответы верны.**
3. Виды ритейла в зависимости от формата торговли:
 1. Продуктовый — розничная продажа продуктов питания.
 2. Непродуктовый — продажа всего, что не относится к продуктам питания.
 3. Стрит-ритейл — торговое помещение на первом этаже дома, как правило, с отдельным входом.
 4. Сетевой — сеть магазинов под одним брендом и с одним владельцем.
 5. Онлайн-ритейл — розничная продажа через интернет.
 6. **Все ответы верны.**
4. Торговые надбавки устанавливают
 1. **Предприятия розничной торговли, а органы власти могут регулировать ее уровень**
 2. Органы власти субъекта РФ
 3. Магазины
 4. Оптовые посредники
5. Торговая надбавка как элемент цены включает:
 1. Издержки обращения
 2. Прибыль торгового посредника
 3. Косвенные налоги
 4. **Все ответы верны**
6. Расходы по доставке товара от оптового посредника к торговому отражаются
 1. **Торговой надбавке**

2. Оптовой надбавке
 3. В прибыли продавца
 4. Все ответы верны
7. Величина торговой надбавки зависит:
1. Только от желания продавца
 2. От себестоимости продукции
 3. От налогов, уплачиваемых торговым посредником
 4. **От ситуации, которая складывается на рынке**
8. Расходы, связанные с хранением товара включаются в такой элемент цены, как:
1. **Торговая и снабженческо-сбытовая надбавка**
 2. Себестоимость продукции
 3. Прибыль
 4. Нет верных ответов
9. Товар, спрос на который по цене является эластичным
1. Для потребителя будет товаром первой необходимости
 2. Оценивается потребителем как не качественный
 3. **Будет расцениваться потребителем как роскошь**
10. Эластичность спроса по цене показывает:
1. Реакцию спроса на изменение качества товара
 2. Реакцию спроса на предложение при неизменных ценах
 3. **Реакцию спроса на изменение цены товара**

ТЕМА 2.2. Ценообразование на услуги, особенности формирования цен

1. Услуга — это
 1. Результат деятельности, направленной на удовлетворение потребностей клиента или потребителя.
 2. Совершение действий и передачу благ одним лицом в пользу другого.
 3. Способ выражения особой потребительской стоимости труда, поскольку она полезна не как вещь, а как деятельность, направленная на вещь или на человека.
 4. **все определения верны.**
2. Признаки услуги:
 1. Неосвязаемость — услуги не имеют физической формы, их нельзя увидеть, потрогать или услышать до того, как они будут оказаны потребителю.
 2. Несохраняемость — услуги нельзя произвести заранее и сохранить на складе или в магазине до того, как они будут востребованы потребителем.
 3. Неотделимость — услуги производятся при непосредственном и одновременном взаимодействии исполнителя и потребителя.
 4. Непостоянство — услуга может быть выполнена лучше или хуже, это связано с квалификацией исполнителя.

5. Все признаки верны
3. Цена, зафиксированная на определенный момент времени в специальных справочниках или прайс-листах?
 1. **Прейскурантная**
 2. Договорная
 3. Монопольная
4. Денежное выражение интернациональной стоимости услуги или стоимости национальной услуги на мировом рынке?
 1. Монопольная

- 2. **Мировая**
- 3. Прейскурантная
- 5. Цена, устанавливаемая государством или под его контролем на социально значимые виды услуг?
 - 1. **Фиксированная**
 - 2. Местная
 - 3. Монопольная
- 6. Цена, устанавливаемая по соглашению сторон при оформлении и выполнении договора?
 - 1. Местная
 - 2. **Договорная**
 - 3. Фиксированная
- 7. Цена услуги, устанавливаемая на период времени, в течение которого ее себестоимость может изменяться?
 - 1. **Скользкая**
 - 2. Разовая
 - 3. Интернациональная
- 8. Выборочное представление скидки только некоторым клиентам с целью ограничения конкуренции?
 - 1. Фиксирование цен
 - 2. **Ценовая дискриминация**
 - 3. Спад цены
- 9. Метод исчисления минимального объема продаж, необходимого для покрытия всех затрат при заданной цене?
 - 1. **Анализ безубыточности**
 - 2. Шкалирование цен
 - 3. Счет времени
- 10. Наиболее простой и часто употребляемый метод ценообразования услуг?
 - 1. Рыночный
 - 2. **Затратный**
 - 3. Параметрический

РАЗДЕЛ 3. Ценообразование на мировом рынке.

ТЕМА 3.1. Особенности формирования мировых цен по основным товарным группам

- 1. Ценообразование с ориентацией на спрос
 - 1. **учитывает представление о спросе , т.е. выражается количественно по сравнению с издержками**
 - 2. построения цены по принципу «издержки + прибыль (или + торговая надбавка, наценка)»
- 2. Приемы оценки спроса:
 - 1. прямые интервью,
 - 2. прогнозирование спроса,
 - 3. статистическая информация,
 - 4. все приемы
- 3. На одни и те же товары существуют:
 - 1. **различные уровни цен**
 - 2. не существуют.
- 4. Множественность цен в международной торговле отражает факт

1. **многообразия условий реального совершения актов купли-продажи**
2. множественность цен в международной торговле отсутствует
5. В основе системы множественности цен лежат:
 1. политика ТНК,
 2. внешнеторговые операции государства (поставка в счет помощи и т. д.),
 3. торгово-политические и валютные факторы
 4. все
6. Мировые цены (worldprices) — это
 1. цены крупных, систематических и устойчивых экспортных или импортных сделок, заключаемых в определенных центрах мировой торговли известными фирмами - экспортерами или импортерами соответствующих видов товаров.
 2. цены, устанавливаемые в процессе операций на крупнейших мировых товарных биржах.
3. **все определения верны**
7. Мировые цены подразделяются на
 1. публикуемые
 2. расчетные
3. **все перечисленные**
8. При множественности цен на мировом рынке чтобы выделить мировую цену, надо, чтобы она удовлетворяла ряду требований:
 1. мировые цены устанавливаются в свободно конвертируемой валюте;
 2. цены на товары ведущих производителей и поставщиков (продавцов), имеющих существенную долю в общем объеме данной продукции и постоянно воспроизводящих (сохраняющих) свое ведущее положение на данных товарных рынках;
 3. цены крупномасштабных сделок, предусматривающих отдельные, не связанные между собой экспортные и импортные операции;
 3. цены на рынках топливно-сырьевых товаров
 4. цены в регионах мира, где сосредоточены их производство и/или торговля (это цены так называемых базисные или репрезентативные цены);
 5. все.
9. Продолжите предложение:

Среди внешнеторговых сделок, характеризующихся направлением товаропотоков можно выделить следующие группы сделок....

ОТВЕТ: экспортные, включая реэкспортные; импортные, включая реимпортные; товарообменные, в том числе бартерные; компенсационные и комплексные.
10. Показатели, характеризующие цену в контракте:
 1. единица измерения
 2. базисные условия поставки
 3. валюта цены
 4. уровень и способ фиксации цены
 5. все перечисленное

ТЕМА 3.2. Организация конъюнктурно-ценовой работы при осуществлении внешнеторговых операций

1. Цена FOB включает:
 1. экспортер за свой счет обязан поставить товар, упаковать его в морскую упаковку, доставить его до порта отправления и известить об этом импортера;
 2. экспортер обязан получить экспортную лицензию;
 3. **экспортер обязан погрузить товар на судно и известить импортера о погрузке;**
 4. экспортер обязан зафрахтовать судно и застраховать груз?

2. Цена СИФ включает:

1. то, что входит в цену FOB;

2. экспортер обязан зафрахтовать груз до порта назначения и представить импортерам страховые свидетельства;

3. импортер обязан оплатить фрахт;

4. стоимость товара.

3. Определением ценовых скидок является:

1. метод уторгования цены с учетом состояния рынка и условий контракта;

2. метод регулирования соотношения спроса и предложения;

3. метод приведения цен из разных контрактов к единой технической и коммерческой базе;

4. метод установления цены исходя из себестоимости производимой продукции;

5. метод формирования ценовой политики торговпоосреднической фирмы?

4. Конкурентный лист предназначен для:

1. определения цены «франко»;

2. расчета бонусной скидки;

3. расчета цены готовящегося контракта на основе конкурентных материалов;

4. оценки возможностей фирм-конкурентов;

5. расчета скользящих цен?

5. Адвалорный порядок исчисления ставок таможенных пошлин – это:

1. комбинированный способ расчета;

2. расчет в процентах от таможенной стоимости ввозимых товаров;

3. расчет в долларах за физическую единицу продукции;

4. расчет сезонных пошлин

6. Установите соответствие между группами международных коммерческих терминов «ИНКОТЕРМС-2020» и символическим обозначением терминов, входящих в эти группы:

1) Продавец предоставляет товар в распоряжение покупателя в своих помещениях	1. DDP
2) Продавец обязан выполнить экспортное таможенное оформление, доставить товар в порт отгрузки и погрузить на борт судна, указанного покупателем	2. FOB
3) Поставка с оплатой пошлин	3. EXW
4) Стоимость, страхование и фрахт	4. CIF

ОТВЕТ: 1.3 ; 2.2 ;3.1; 4.4

7. Установите правильную последовательность категорий международных коммерческих терминов «ИНКОТЕРМС 2020»)

1. основной фрахт не оплачен (за перевозку платит покупатель)(группа F);

2. отправление (самовывоз) (группа E);

3. прибытие (доставка)(группа D);

4. основной фрахт оплачен (за перевозку платит продавец) (группа C).

ОТВЕТ: 2;1;4; 3

9. Выберите правильные варианты ответа. Значение базиса поставки определяется следующими обстоятельствами:

1. Местом и моментом выполнения Продавцом своих обязательств по поставке товара Покупателю, соответственно этот день считается датой поставки;

2. Моментом передачи товара Продавцом в распоряжение Покупателя (по укоренившейся в нашей стране терминологии считается - моментом перехода права собственности с Продавца на Покупателя, но в «Инкотермс» о праве собственности не упоминается);

3. Моментом, до которого все расходы, связанные с поставкой товара, несет Продавец, а последующие расходы ложатся на Покупателя;

4. Моментом перехода с Продавца на Покупателя рисков утраты товара (полной или частичной) или его повреждения.;

5. Все вышеперечисленное.

10. Установите соответствие между названием базисных условий поставки и их символическим обозначением:

1) свободно вдоль борта судна	1. EXW
2) стоимость и фрахт	2. DDP
3) свободно с завода	3. CFR
4) поставка с оплатой таможенных пошлин	4. FAS

ОТВЕТ: 1.4; 2.3; 3.1; 4.2

ТЕМА 3.3. Государственное регулирование внешнеторговых сделок

1. Международная торговля отличается от внутренней:

1. мобильностью;
2. валютой;
3. политикой;

4. Всеми вышеперечисленными признаками.

2.Всемирная торговая организация (ВТО) является международной организацией:

- 1.созданной в качестве противовеса ГАТТ
- 2.осуществляющей валютно-финансовые расчеты на еврорынках;
- 3.разрешающей военные конфликты
- 4.международной организацией, консолидирующей миротворческие силы;

5. созданной в качестве преемницы ГАТТ, с целью либерализации международной торговли и регулирования торгово-политических отношений государств-членов.

3. Регулирование внешней торговли осуществляется по следующим направлениям

1. таможенно-тарифного регулирования;
2. нетарифного регулирования;
3. запретов и ограничений внешней торговли услугами и интеллектуальной собственностью;
4. мер экономического и административного характера, способствующих развитию внешнеторговой деятельности и предусмотренных настоящим Федеральным законом.

5.все ответы верны

4. Объектом обложения ввозными таможенными пошлинами является:

- 1. ввоз товаров (товары, перемещаемые через таможенную границу Союза ЕАЭС);**
2. товары;
3. таможенная стоимость товаров;
4. реализация товаров.

5. К особым пошлинам относятся:

1. специальная пошлина, сезонная пошлина, антидемпинговая пошлина;
2. сезонная пошлина, антидемпинговая пошлина, компенсационная пошлина;

- 3. специальная пошлина, антидемпинговая пошлина, компенсационная пошлина;**
4. сезонная пошлина, специальная пошлина, антидемпинговая пошлина, компенсационная пошлина.
6. Методы определения таможенной стоимости установлены:
- 1. Таможенным кодексом ЕАЭС;**
 2. ФТС России;
 3. Федеральным Законом «О таможенном тарифе».
7. Таможенная стоимость определяется с целью:
- 1. взимания таможенных платежей;**
 2. отчислений части таможенной стоимости в федеральный бюджет;
 3. взимания внутренних налогов.
8. Фискальная функция таможенной пошлины выражается тем, что:
1. развивается внутреннее производство;
 - 2. является источником пополнения бюджета;**
 3. регулируется внешнеторговый оборот.
9. Ставки таможенных пошлин бывают:
1. постоянные, сезонные;
 2. специальные, антидемпинговые, компенсационные;
 - 3. адвалорные, специфические, комбинированные.**
10. Тарифные льготы устанавливаются:
1. Президентом РФ;
 2. Правительством РФ;
 - 3. Законом «О таможенном тарифе».**

Примерная тематика рефератов, для проведения текущего контроля

1. Сущность цены. Функции цен в рыночной экономике.
2. Характеристика основных видов цен.
3. Объективная необходимость государственного регулирования цен в условиях рыночной экономики.
4. Методы прямого и косвенного регулирования цен.
5. Понятие мировой цены и ее экономическая природа.
6. Источники информации о ценах мирового рынка.
7. Характер взаимосвязи мировых цен, контрактных и внутренних цен на экспортируемые и импортируемые товары.
8. Формирование розничной цены на импортные товары с учетом налогов.
9. Влияние соотношения спроса и предложения в международной торговле на мировые цены.
10. Задачи государственного регулирования ценообразования ВЭД России.
11. Деятельность международных товарных бирж/аукционов.
12. Инкотермс. Сфера действия, особенности и сравнительная характеристика базисных условий поставки.
13. Международная электронная торговля.
14. Экспортный и валютный контроль в России.
15. Роль государственных организаций в регулировании ВЭД.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ

ТЕСТ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

п/н за- да- ни- я	Ком- пе- тен- ция	ЗУН	Характеристика задания	Варианты ответов	Ключ
1.	ПК-9 Способности систем цен, их состав и структуру, методики измерения цен; содержание ценовой политики, ценообразования, государственного регулирования цен	3. Знать специфику ценообразования, задачи, методы стратегии; условия и механизмы практического применения данной науки в современных организациях. У. Уметь успешно применять на практике подходы формирования ценовой политики; задействовать при формировании развития организации различные методы ценообразования.	<i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</i> Какое определение цены наиболее верно применительно к современным условиям хозяйствования?	1. Форма выражения ценности благ, проявляющаяся в процессе их обмена 2. Количество денег, за которые продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги. 3. Доход, полученный в результате реализации товара. 4. Цена – денежное выражение стоимости товара. Ваш ответ: _____	2

		Н. Вла- деть основ- ными и специ- аль- ными мето- дами по- строе- ния це- новой полити- ки дея- тельно- сти предпр- иятия (орга- низа- ции).			
2.	ПК-9		<p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</i></p> <p>Любая цена состоит из набора определенных элементов. Если эти элементы выражены в долях единицы в цене, то - это?</p>	<p>1. Состав цены. 2. Структура цены. 3. Система цен.</p> <p>Ваш ответ: _____</p>	2
3.	ПК-9		<p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</i></p> <p>При формировании цен на товары и услуги, организация анализирует спрос на них, а также свои издержки. Как влияют спрос и издержки на установление максимальной и минимальной цен?</p>	<p>1. Спрос определяет максимальную цену, издержки – минимальную. 2. Спрос определяет минимальную цену, издержки – максимальную. 3. На установление уровня цены влияет только хозяйственная цель организации. 4. Все перечисленное неверно.</p> <p>Ваш ответ: _____</p>	1
4.	ПК-9		<p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</i></p> <p>О каком методе регулиро-</p>	<p>1. О прямом регулировании; 2. О косвенном регулировании; 3. Об активном регулировании; 4. О смешанном регулировании.</p>	1

			вания цен идет речь, если государство вмешивается в процесс формирования уровня, структуры и динамики цен?	Ваш ответ: _____	
5.	ПК-9		<p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</i></p> <p>Цены классифицируются по различным признакам. Назовите признак, соответствующий следующим видам цен: оптовые цены предприятия, оптовые цены промышленности. розничные цены.</p>	<p>1. По характеру обслуживаемого оборота; 2. По условиям поставки и продажи; 3. По степени регулирования цен.</p> <p>Ваш ответ: _____</p>	1
6.	ПК-9		<p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</i></p> <p>Определите долю себестоимости в розничной цене, если себестоимость продукции составляет 50 руб., приемлемая рентабельность 45%, ставка НДС 20%, розничная наценка 15%:</p>	<p>1. 52%; 2. 53% ; 3. 45%; 4. нет правильного ответа.</p> <p>Ваш ответ: _____</p>	4
7.	ПК-9		<p><i>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ</i></p> <p>Чрезмерное государственное регулирование цен _____ правильное понимание поведения покупателей и продавцов и возникает опасность потери рыночных ориентиров для сопоставления _____ и _____.</p>	Ваш ответ: _____	Осложняет; затрат и результатов
8.	ПК-9		<i>Прочитайте текст и запишите развернутый</i>	Ваш ответ: _____	Кос-

			<p><i>обоснованный ответ</i></p> <p>Регулирование государственных расходов – это _____ регулирование.</p>		венное
9.	ПК-9		<p><i>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ</i></p> <p>Система цен – это ____, упорядоченная совокупность различных видов цен, обслуживающих и регулирующих экономические взаимоотношения участников рынка.</p>	Ваш ответ: _____	единая
10.	ПК-9		<p><i>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ</i></p> <p>Мировые цены – это цены, обслуживающие _____ рынок в целом и наиболее полно отражающие конъюнктуру товаров и услуг в масштабе общего мирового рынка.</p>	Ваш ответ: _____	международный
11.	ПК-9		<p><i>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ</i></p> <p>Метод ценообразования – это метод формирования цен на товары и услуги в рамках принятой ценовой _____</p>	Ваш ответ: _____	стратегии
12.	ПК-9		<p><i>Прочитайте текст и установите последовательность</i></p> <p>Расположите в правильной последовательности этапы формирования ценовой политики предприятия:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Постановка целей ценообразования; 2. Анализ цен конкурентов; 3. Выбор ценовой стратегии. 4. Установление цены на товар 5. Определение спроса и оценка издержек. 6. Выбор метода ценообразования 7. Корректировка цены. <p>Запишите соответствующую</p>	1, 5, 2, 3, 6, 4, 7

				последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>									
13.	ПК-9		<p><i>Прочитайте текст и установите последовательность</i></p> <p>Рыночные методы ценообразования, ориентированные на потребителя - метод оценки максимально приемлемой цены сводится к следующей очередности расчета:</p>	<p>1. Выявление достоинства товара для покупателей;</p> <p>2. Установление цены, выгодной для покупателя;</p> <p>3. Определение сферы и условий применения товара;</p> <p>4. Выявление дополнительных (кроме цены) издержек покупателя, связанных с использованием товара.</p> <p>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table></p>					3 1 4 2				
14.	ПК-9		<p><i>Прочитайте текст и установите последовательность</i></p> <p>Процедура расчета цены по методу расчета экономической ценности товара для потребителя состоит из четырех этапов. Расположите в правильной последовательности</p>	<p>1. Суммирование цены безразличия и оценок положительной и отрицательной ценности отличий товара от товара-альтернативы;</p> <p>2. Определение всех параметров, которые отличают данный товар как в лучшую, так и худшую сторону от товара-альтернативы;</p> <p>3. Определение цены (или затрат), связанной с использованием того товара, который покупатель рассматривает как лучшую из реально доступных ему альтернатив;</p> <p>4. Оценка ценности для покупателя различий в параметрах данного товара и товара-альтернативы в денежном выражении.</p> <p>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td></tr></table></p>				3 2 4 1					
15.	ПК-9		<p><i>Прочитайте текст, выберите</i></p>	<p>1. стратегия цена с доставкой;</p> <p>2. стратегия периодической</p>	2 3								

		<p>рите несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p> <p>Согласно этой стратегии ценообразования предприятие предлагает в одно и то же время один и тот же товар (услугу) по разным ценам разным группам покупателей:</p>	<p>скидки;</p> <p>3. стратегия случайной скидки.</p> <p>Ваш ответ: _____</p>									
16.	ПК-9	<p>Прочитайте текст и установите соответствие</p> <p>Прочитайте вопрос, установите соответствие между процессами (явлениями и событиями) и фактами, относящимися к этим процессам (явлением, событиям):</p>	<p>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.</p> <table><tr><th>Процессы (явления, события)</th><th>Факты</th></tr><tr><td>А Затратный метод ценообразования – метод полных затрат</td><td>1 Для определения цены (Р) используем формулу: $P = b + A/x +$ целевая прибыль, где b – переменные затраты на единицу, A/x – постоянные затраты на единицу продукции</td></tr><tr><td>Б Затратный метод – метод ценообразования на основе безубыточности</td><td>2 Для определения цены (Р) используем формулу $P = C * (1+R)$, где C – полная себестоимость, R - коэффициент рентабельности затрат</td></tr><tr><td>В Параметрический метод ценообразования – метод агрегатный</td><td>3 Для определения цены на новое изделие (Рн) используем формулу: $P_n = P_{ср.эт} * \sum (B_{nj} * k_j)$, где $P_{ср.эт}$ – средняя цена одного балла</td></tr></table>	Процессы (явления, события)	Факты	А Затратный метод ценообразования – метод полных затрат	1 Для определения цены (Р) используем формулу: $P = b + A/x +$ целевая прибыль, где b – переменные затраты на единицу, A/x – постоянные затраты на единицу продукции	Б Затратный метод – метод ценообразования на основе безубыточности	2 Для определения цены (Р) используем формулу $P = C * (1+R)$, где C – полная себестоимость, R - коэффициент рентабельности затрат	В Параметрический метод ценообразования – метод агрегатный	3 Для определения цены на новое изделие (Рн) используем формулу: $P_n = P_{ср.эт} * \sum (B_{nj} * k_j)$, где $P_{ср.эт}$ – средняя цена одного балла	А2, Б1, В4, Г3
Процессы (явления, события)	Факты											
А Затратный метод ценообразования – метод полных затрат	1 Для определения цены (Р) используем формулу: $P = b + A/x +$ целевая прибыль, где b – переменные затраты на единицу, A/x – постоянные затраты на единицу продукции											
Б Затратный метод – метод ценообразования на основе безубыточности	2 Для определения цены (Р) используем формулу $P = C * (1+R)$, где C – полная себестоимость, R - коэффициент рентабельности затрат											
В Параметрический метод ценообразования – метод агрегатный	3 Для определения цены на новое изделие (Рн) используем формулу: $P_n = P_{ср.эт} * \sum (B_{nj} * k_j)$, где $P_{ср.эт}$ – средняя цена одного балла											

						изделия эталона; Б _{нj} – балльная оценка j параметра нового изделия: k _j – коэффициент весомости параметра																		
				Г	Параметрический метод ценообразования – метод баллов	4	Для определения цены на новое изделие (Р _н) используем формулу: Р _н = Р _{частей} + Р _{новых узлов} + З _{сборки} + П _{норм} , где Р _{частей} – цены конструктивных частей, Р _{новых узлов} – цены новых узлов: З _{сборки} – затраты на сборку; П _{норм} – нормативная прибыль.																	
17.	ПК-9		<p>Прочитайте текст и установите соответствие</p> <p>Прочитайте вопрос, установите соответствие между процессами (явлениями и событиями) и фактами, относящимися к этим процессам (явлением, событиям):</p>	<p>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.</p> <p>Укажите суть стратегий ценообразования:</p> <table><tr><th colspan="2">Процессы (явления, события)</th><th colspan="2">Факты</th></tr><tr><td>А</td><td>Стратегия «цена – ценность»</td><td>1</td><td>Включает стратегии «ценового лидерства», «набор», «имидж» и др.</td></tr><tr><td>Б</td><td>Конкурентные стратегии и ценообразования</td><td>2</td><td>Установление высоких, низких или средних цен с целью получения соответствующей прибыли</td></tr><tr><td>В</td><td>Ассортиментные</td><td>3</td><td>Включает стратегию</td></tr></table>				Процессы (явления, события)		Факты		А	Стратегия «цена – ценность»	1	Включает стратегии «ценового лидерства», «набор», «имидж» и др.	Б	Конкурентные стратегии и ценообразования	2	Установление высоких, низких или средних цен с целью получения соответствующей прибыли	В	Ассортиментные	3	Включает стратегию	А2, Б3, В1
Процессы (явления, события)		Факты																						
А	Стратегия «цена – ценность»	1	Включает стратегии «ценового лидерства», «набор», «имидж» и др.																					
Б	Конкурентные стратегии и ценообразования	2	Установление высоких, низких или средних цен с целью получения соответствующей прибыли																					
В	Ассортиментные	3	Включает стратегию																					

				<table><tr><td>стратегии и ценообразования</td><td>проникновения на рынок, стратегию сигнализирования ценами, стратегию «следования за лидером» и др.</td></tr></table>	стратегии и ценообразования	проникновения на рынок, стратегию сигнализирования ценами, стратегию «следования за лидером» и др.						
стратегии и ценообразования	проникновения на рынок, стратегию сигнализирования ценами, стратегию «следования за лидером» и др.											
18.	ПК-9	<p>Прочитайте текст и установите соответствие</p> <p>Прочитайте вопрос, установите соответствие между процессами (явлениями и событиями) и фактами, относящимися к этим процессам (явлением, событиям):</p>	<p>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.</p> <p>Укажите формирование цен, соответствующих базисным условиям поставки у продавца:</p> <table><tr><th>Процессы (явления, события)</th><th>Факты</th></tr><tr><td>А Контрактная цена на условиях поставки EXW</td><td>1 КЦ = Цена товара + Упаковка товара + Проверка товара + Экспортные таможенные пошлины + Транспортные расходы до судна покупателя</td></tr><tr><td>Б Контрактная цена на условиях поставки FAS</td><td>2 КЦ = Цена товара + Упаковка товара + Проверка товара,</td></tr><tr><td>В Контрактная цена при базисе поставки CIF.</td><td>3 КЦ= Цена товара + Экспортные таможенные пошлины + импортные таможенные пошлины, + Расходы на погрузку + Расходы на перевозку + Упаковка товара + Проверка товара,</td></tr></table>	Процессы (явления, события)	Факты	А Контрактная цена на условиях поставки EXW	1 КЦ = Цена товара + Упаковка товара + Проверка товара + Экспортные таможенные пошлины + Транспортные расходы до судна покупателя	Б Контрактная цена на условиях поставки FAS	2 КЦ = Цена товара + Упаковка товара + Проверка товара,	В Контрактная цена при базисе поставки CIF.	3 КЦ= Цена товара + Экспортные таможенные пошлины + импортные таможенные пошлины, + Расходы на погрузку + Расходы на перевозку + Упаковка товара + Проверка товара,	A2, Б1, В4, Г3
Процессы (явления, события)	Факты											
А Контрактная цена на условиях поставки EXW	1 КЦ = Цена товара + Упаковка товара + Проверка товара + Экспортные таможенные пошлины + Транспортные расходы до судна покупателя											
Б Контрактная цена на условиях поставки FAS	2 КЦ = Цена товара + Упаковка товара + Проверка товара,											
В Контрактная цена при базисе поставки CIF.	3 КЦ= Цена товара + Экспортные таможенные пошлины + импортные таможенные пошлины, + Расходы на погрузку + Расходы на перевозку + Упаковка товара + Проверка товара,											

				Г	Контрактная цена при базе поставки DDP.	4	КЦ=Цена товара + Упаковка товара + Проверка товара + Расходы на погрузку + Расходы на страхование + Экспортные таможенные пошлины + Транспортные расходы до порта назначения	
19.	ПК-9		<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p> <p>Максимизация массы прибыли – это</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Функция цены 2. Задача государственной ценовой политики 3. Задача ценовой политики фирмы 4. Задача ценовой стратегии фирмы <p>Ваш ответ: _____</p>				4
20.	ПК-9		<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p> <p>От чего зависят условия франко?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. От особенностей его транспортировки 2. От типа товара и государственной политики 3. От скидок и надбавок к цене 4. Все ответы верны <p>Ваш ответ: _____</p>				1

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ

Задача 1. Определите розничную цену на изделие, если производственная себестоимость составляет 80 рублей; внепроизводственные расходы 3% от себестоимости. Плановая прибыль – 15%, торговая наценка – 10%.

Решение.

Полная себестоимость изделия = $80 + 80 \cdot 0,03 = 80 + 2,4 = 82,4$

Прибыль = $82,4 \cdot 0,15 = 12,36$

Оптовая цена предприятия = $82,4 + 12,36 = 94,76$

Оптовая отпускная цена = $94,76 + 94,76 \cdot 0,20 = 94,76 + 18,95 = 113,71$

Торговая наценка = $113,71 \cdot 0,10 = 11,37$

Розничная цена = $113,71 + 11,37 = 125,08$

Задача 2. Автомобиль «Москвич» поступает в продажу по розничной цене 1100 тыс. руб. Торговая надбавка составляет 30% к цене предприятия. Прибыль предприятия изготовителя составляет 25% себестоимости, НДС -20%. Определите себестоимость и прибыль предприятия – изготовителя и удельный вес каждого элемента в розничной цене автомобиля (себестоимости, прибыли, НДС и торговой надбавки).

Решение.

Цена закупки торговой фирмой (отпускная цена предприятия) = $1\,100\,000 : 1,3 = 846\,154$ – уменьшили розничную цену на торговую наценку

Торговая наценка = $1\,100\,000 - 846\,154 = 253\,846$

Оптовая цена предприятия = $846\,154 : 1,2 = 705\,128$ – уменьшили отпускную цену предприятия на НДС

НДС = $846\,154 - 705\,128 = 159\,026$

Себестоимость = $705\,128 : 1,25 = 564\,102$ – уменьшили оптовую цену на прибыль.

Прибыль = $705\,128 - 564\,102 = 141\,026$

Уд вес себестоимости = $564\,102 / 1\,100\,000 = 0,51$

Уд вес прибыли = $141\,026 / 1\,100\,000 = 0,12$

Уд вес НДС = $159\,026 / 1\,100\,000 = 0,14$

Уд вес торговой наценки = $253\,846 / 1\,100\,000 = 0,23$

Задача 3. Отпускная цена предприятия с НДС 1 м. ткани составила 20 руб., снабженческо-бытовая надбавка – 20%, торговая наценка – 15%. Определите розничную цену 1 м. ткани.

Решение.

Розничная цена 1 м. ткани составит 27 руб. 60 коп. $(20 + 20 \cdot 0,2 + (20 + 20 \cdot 0,2) \cdot 0,15)$

Задача 4. Прямые издержки на изготовления товара составляют 800 руб., а, кроме того, в расчете на год на него отнесено 140 000 руб. накладных расходов организации. Желаемая топ-менеджерами организации масса прибыли от продаж этого товара определена в 260 000 руб. при годовом плане выпуска в 10 000 шт. Определите цену данного товара.

Решение.

При данных условиях цена на товар будет определена на уровне: $P = (800 + ((140\,000 + 260\,000) / 10\,000)) = 840$ руб.

Задача 5. Магазины предложили товар, за который поставщик хотел бы получить 8 тыс. руб. Торговая скидка, которую хотел бы иметь магазин – 20%. По какой цене магазин будет продавать товар?

Решение.

Искомая цена магазина - x $x = 100\%$

Цена поставщика - 8000 – 80%

$$P_s = \frac{P_p \times 100}{100 - M_{sp}} = \frac{8000 \times 100}{100 - 20} = 10000 \text{ руб.}$$

Задача 6. Магазины предложен товар, рекомендованная изготовителем цена которого составляет 12 000 руб. Торговая скидка, которую хотел бы иметь владелец магазина, равна 20 %. Какой должна быть цена поставки?

Решение.

Цена поставки – x

$x = 80\%$ Цена поставки должна составлять 80% рекомендуемой цены.

Цена магазина 12 000 - 100%

$$P_p = P_s (100 - M_{sp}) / 100 = 12000(100 - 20) / 100 = 9600 \text{ руб.}$$

Задача 7. Организация производитель ткани настаивает, чтобы она продавалась по цене 25 руб., предлагая предприятия розничной торговли 10%-ную скидку от розничной цены. Определите оптовую отпускную цену.

Решение.

Розничная цена ткани в данном магазине будет состоять из отпускной цены предприятия с НДС и торговой скидки. Абсолютный размер скидки составит 2 руб. 50 коп за 1 м. ткани и соответственно оптовая отпускная цена будет установлена на уровне 22 руб. 50 коп..

Задача 8. Определить оптовую (отпускную) цену предприятия - цену изготовителя продукции при следующих доходных данных:

- 1) прямые (технологические) затраты на изделие (продукцию) - 750 руб.;
- 2) косвенные (накладные) расходы - 250 руб.;
- 3) прибыль предприятия - 200 руб.;
- 4) скидка с оптовой цены предприятия - 60 руб.;
- 5) налог на добавленную стоимость (НДС) - 20%.

Решение.

1. Рассчитываем производственную себестоимость изделия

$$C = 750 \text{ руб.} + 250 \text{ руб.} = 1000 \text{ руб.}$$

2. Определяем оптовую цену предприятия - цену изготовителя продукции без НДС

Ц_{опт} = себестоимость изделия + прибыль предприятия - скидка с оптовой цены, отсюда

$$\text{Ц}_{\text{опт}} = 1000 \text{ руб.} + 200 \text{ руб.} - 60 \text{ руб.} = 1200 \text{ руб.} - 60 \text{ руб.} = 1140 \text{ руб.}$$

3. Вычисляем оптовую (отпускную) цену - цену изготовителя продукции с НДС

$$\text{Ц}_{\text{опт.отп}} = 1140 \text{ руб.} + (1140 \times 0,2) = 1140 + 228 = 1368 \text{ руб.}$$

Задача 9.. Определить оптовую (отпускную) цену легкового автомобиля с мощностью двигателя **150 кВт (200 л. с.)** с учетом акциза и налога на добавленную стоимость (НДС) при следующих данных.

- 1) полная себестоимость легкового автомобиля - 500 000 руб.;
- 2) уровень рентабельности - 25%;
- 3) ставка акциза легкового автомобиля **150 кВт (200 л. с.) 583 руб за 1 л.с**
- 4) налог на добавленную стоимость (НДС) - 20% к оптовой цене легкового автомобиля.

Решение.

1. Рассчитываем оптовую цену легкового автомобиля без НДС

$$\text{Ц}_{\text{опт}} = 500\,000 \text{ руб.} + 0,25 \times 500\,000 \text{ руб.} = 500\,000 \text{ руб.} + 125\,000 \text{ руб.} = 625\,000 \text{ руб.}$$

2. Рассчитываем оптовую цену легкового автомобиля с учетом акциза

$$625\,000 + 583 \times 150 \text{ л.с.} = 625\,000 + 87\,450 = 712\,450$$

3. Налог на добавленную стоимость к оптовой цене легкового автомобиля

$$712\,450 \times 0,2 = 142\,490$$

4. Определяем оптовую (отпускную) цену легкового автомобиля с учетом акциза и налога на добавленную стоимость

$$\text{Ц}_{\text{опт.отп}} 712\,450 \text{ руб.} + 142\,490 \text{ руб.} = 854\,940 \text{ руб.}$$

Задача 10. Организация А при производстве продукции применяет более дешевое сырье, в результате себестоимость его продукции составила 100 руб., а организация В использует аналогичное, но более дорогое сырье, в результате себестоимость этой продукции в организации В составила 120 руб., предельный уровень рентабельности равен 15%. На каком уровне организации могут установить цены на продукцию и чему будет равен предельный

размер прибыли в единице продукции в этих организациях? Может ли данный подход заинтересовать организацию сокращать издержки?

Решение.

1. Организация А может установить цену на уровне 115 руб., а организация В на уровне 138 руб.

2. Предельный размер прибыли в цене единицы продукции для организации А составит 15 руб., а для организации В – 18 руб.

Данный подход не может заинтересовать организацию сокращать издержки.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ

Задача 1. Производитель включил в свою программу выпуск продукта А в количестве 50 000 шт. в год. Полные затраты этого выпуска составили 210 000 руб. Процент рентабельности к полным затратам принят на уровне 20%. С помощью метода полных затрат определите оптовую цену продукта А.

Решение. $210\,000 / 50\,000 = 4,2$ с/с единицы

$4,2 * 1,2 = 5,04$

Задача 2. Прямые издержки на изготовления товара составляют 800 руб., а, кроме того, в расчете на год на него отнесено 140 000 руб. накладных расходов организации. Желаемая топ-менеджерами организации масса прибыли от продаж этого товара определена в 260 000 руб. при годовом плане выпуска в 10 000 шт. Определите цену данного товара.

Решение. При данных условиях цена на товар будет определена на уровне: $P = (800 + ((140\,000 + 260\,000) / 10\,000)) = 840$ руб.

Задача 3. Определить цену товара (Р) затратным методом. Предприятие выпускает мужскую обувь. Полная себестоимость (ПС) затрат на изготовление одной пары обуви составляет 300 рублей. Прибыль планируется в размере 50%. Налог на добавленную стоимость 20%.

Решение:

1. Определяем прибыль, которую планирует получить предприятие:

Прибыль = $ПС * 50\% / 100\% = 300 * 50\% / 100\% = 150$ руб.

2. Определяем сумму налога на добавленную стоимость:

НДС = $(ПС + Прибыль) * 20\% / 100\% = (300 + 150) * 20\% / 100\% = 90$ руб.

3. Определяем цену одной пары мужской обуви:

$P = ПС + Прибыль + НДС = 300 + 150 + 90 = 540$ руб.

Задача 4. Организация продает 5 тыс. единиц продукции на внутреннем рынке. Мощности позволяют произвести дополнительно продукции и выйти с этой продукцией на рынок. Для формирования цены организация использует метод прямых затрат. Расчет произвести в таблице, используя приведенные данные

Показатели	Затраты на производство 5 тыс. единиц, млн. руб	Затраты на одну упаковку, руб	Расчет цены методом прямых затрат (руб на единицу)
Прямые затраты:			
- материалы;	10,0	2,0	2,0

- заработная плата;	4,0	0,8	0,8
- страховые взносы	1,0	0,2	0,2
- переменные накладные;	4,0	0,8	0,8
Итого прямые затраты	19,0	3,8	3,8
Постоянные затраты	6,0	1,2	Постоянные расходы возмещены при продаже 5тыс. единиц
Полные затраты	25,0	5,0	-
Прибыль (20%)	5,0	1,0	3,8*20%/100=0,76
Продажная цена	30	6,0	4,56

*Ответ в таблице жирным шрифтом

Задача 5. Предприятие производит продукцию А и планирует реализовать ее на экспорт. Цена продукции, реализуемой на внутреннем рынке сформирована на основе полных затрат и составляет 20 руб. общая сумма постоянных затрат, включаемых в себестоимость продукции – 10 000 руб. Объем продаж на внутреннем рынке – 1 тыс. шт. Определить минимальную цену, по которой продукция А будет реализовываться на внешнем рынке, используя метод переменных затрат. На предприятии есть свободные производственные мощности.

Решение. Определим постоянные затраты на единицу = $10000 / 1000 = 10$ руб.

Определим переменные затраты = $20 \text{ полн. затр} - 10 \text{ пост. затр} = 10$

Минимальная цена составит 10 руб.

Переменные издержки служат тем предельным уровнем, ниже которого производитель не может установить цену на свою продукцию, если не хочет понести убытки.

Задача 6.

Постоянные затраты предприятия в год – 50 000 руб.

Отпускная цена единицы продукции – 18 руб.

Переменные затраты на единицу продукции – 10 руб.

Текущий объем продаж – 8000 шт.

Определите:

1. Возможное изменение цены товара при сокращении переменных затрат на 10% и по постоянных затрат на 5000 руб. при условии, что текущий объем продаж сохранится тем же.
2. Какую отпускную цену единицы продукции следует установить для увеличения прибыли на 15% при продаже прежнего количества продукции.

Решение.

1. Определим текущую прибыль предприятия:

$$18 * 8000 - 10 * 8000 - 50000 = 14000 \text{ руб.}$$

При сокращении переменных затрат на 10 % и постоянных на 5 тыс. руб. для того, чтобы объем прибыли остался неизменным цена должна составлять: переменные затраты при снижении на 10% = $9 (10 - 10 * 0,1)$

$$14000 = x * 8000 - 9 * 8000 - 45000$$

$$14000 + 9 * 8000 + 45000 = x * 8000$$

$$14000 + 72000 + 45000 = x * 8000$$

$$X = 131000 / 8000 = 16,37$$

Изменение цены составит: $(16,37-18)/18=-9,05\%$

2. Увеличение прибыли на 15 % составит:

$$14000 \cdot 1,15 = 16100 \text{ руб.}$$

Рассчитаем процентное изменение цены, необходимое для увеличения прибыли:

$$16100 = x \cdot 8000 - 10 \cdot 8000 - 50000$$

$$16100 + 80000 + 50000 = x \cdot 8000$$

$$X = 146000 / 8000 = 18,26$$

Изменение цены составит: $(18,26-18)/18=1,44\%$

Таким образом, для увеличения прибыли на 15 % цену необходимо увеличить на 1,44 %.

Задача 7. Производственные мощности предприятия позволяют производить в год 1000 изделий. Переменные затраты на единицу изделия составляют 90 руб., постоянные затраты на объем выпуска составляют 56000 руб. Определить оптимальный уровень цены на основе безубыточности и обеспечения целевой прибыли в размере 20 000 руб. При определении критической точки объема производства необходимо учесть зависимость спроса от цены.

Показатель	Значение		
	1000	850	650
Спрос, шт			
Цена, руб.	150	180	200

Решение.

$$T_b \text{ при цене } 150 \text{ руб.} = 56000 + 20000 / 150 - 90 = 1266 \text{ шт.}$$

$$T_b \text{ при цене } 180 \text{ руб.} = 56000 + 20000 / 180 - 90 = 844 \text{ шт.}$$

$$T_b \text{ при цене } 200 \text{ руб.} = 56000 + 20000 / 200 - 90 = 690$$

Сравним полученные данные с производственной мощностью 1000 изделий.

При цене 150 количество изделий больше производственной мощности., но отвечает спросу.

При цене 180 количество изделий 844 шт меньше мощности, но практически соответствует спросу в 850 шт.

При цене 200 руб. количество 690 меньше мощности, но больше спроса в 650.

Оптимальный уровень цены 180 руб.

Задача 8. Компания устанавливает цену на новое изделие. Прогнозируемый годовой объем производства – 40 тыс. шт., предполагаемые переменные затраты на единицу изделия – 30 руб. Общая сумма постоянных затрат – 80 тыс. руб. Проект потребует дополнительного финансирования (кредита) в размере 1 млн. руб. под 20% годовых. Рассчитать цену.

Решение. Себестоимость = $30 + 80000 / 40000 = 32$ руб.

$$\text{Цена мин.} = 32 + \frac{1000000 \cdot 20}{40000 \cdot 100} = 32 + \frac{200000}{40000} = 32 + 5 = 37 \text{ руб.}$$

Задача 9. Определите цену на новую овощерезательную машину, предназначенную для замены ранее освоенной, имеющей оптовую цену – 2750 руб. Главным техническим параметром является ее производительность (кг/час) при нарезке картофеля на брусочки, равная у новой машины – 900, а у старой – 200 кг/час. Применить коэффициент торможения 10%.

$$\text{Решение: } 2750 \cdot 900 / 200 - 0,1 \cdot 2750 \cdot 900 / 200 = 11137,50$$

Задача 10. Предприятию необходимо рассчитать отпускную цену на новый автомобиль балловым методом. Цена базовой модели 1350 тыс. руб. Характеристики новой и базовой моделей приведены в таблице.

Характеристики новой и базовой моделей.

Автомобили	Параметры					
	Комфортабельность		Надежность		Проходимость	
	Баллы	Коэф-т Весомости	Баллы	Коэф-т Весомости	Баллы	Коэф-т Весомости
Базовый	45	0.2	70	0.4	80	0,4
Новый	50	0,2	83	0,4	80	0,4

Решение. Цена нового изделия составит: $CН = 1350 / (45 \cdot 0,2 + 70 \cdot 0,4 + 80 \cdot 0,4) \cdot (50 \cdot 0,2 + 83 \cdot 0,4 + 80 \cdot 0,4) = 1474$ тыс.руб.

Задача 11. Предположим, что выпускаемое изделие стоило 18 тыс.руб. Затем к нему добавили еще один узел, затраты на изготовление которого и монтирование на выпускаемое изделие = 2 тыс.руб. Какой может быть цена нового изделия при рентабельности 15 % к себестоимости?

Решение. Цена нового изделия должна быть: $18 + 2 \cdot 1,15 = 20,3$ тыс.руб.

Задача 12. Предприятие производит насосы. Уравнение зависимости цены центробежного насоса от технико-экономических параметров имеет следующий вид:

$$P = 260 + 23,5 X,$$

где P - цена насоса, руб.;

X - подача воды насосом, м³/ час.

Какова будет цена насоса, у которого подача воды – 120 м³/час?

Решение. Цена насоса, для которого X = 120 м³/ час составит:

$$P = 260 + 23,5 \cdot 120 = 3080 \text{ (р.)}$$

Задача 13. Опираясь на данные, приведенные в таблице, определите цену продажи на основе метода экономической ценности товара

Показатель	Значение
Цена аналогичного товара у конкурента	30000
Наценка за гарантию долговечности товара	3000
Наценка за гарантию надежности товара	3000
Наценка за гарантированный сервис	4000
Реальная стоимость товара с учетом преимуществ	40000
Поощрительная скидка для привлечения покупателей -12,5 %	5000
Окончательная цена для покупателя	35000

Решение. Переплачивая 10 тыс. покупатель получает скидку 5000. (переплата делится пополам между продавцом и покупателем)

Задача 14. Определите, выгодно ли производителю снизить цену на 0,5 руб., если текущая цена товара 6 руб., планируемый объем продаж 1 млн. штук. Показатель эластичности спроса по цене 1,5.

Решение

Снижение цены с 6 руб. до 5,5 руб. составляет $(0,5/6 \cdot 100)$ 8,3%, что при эластичности 1,5

означает, что объем продаж товара увеличится на 12,45% ($1,5 \times 8,3\% = 12,45\%$) и составит 1,124 500 млн.шт. ($1 \text{ млн.} \cdot 12,45/100 + 1 \text{ млн.}$)

Выручка при цене до снижения составляет:

$$6 \text{ руб.} \times 1 \text{ млн.шт.} = 6 \text{ млн.руб.}$$

Выручка при цене после снижения составляет:

$$5,5 \text{ руб.} \times 1,1245 \text{ млн.шт.} = 6,18475 \text{ млн. руб.}$$

Таким образом, производителю выгодно снизить цену на 0,5 руб. – прирост выручки от реализации составит 184,8 тыс.руб.

Задача 15. Коэффициент эластичности спроса по цене составляет 1,5. Выручка от реализации – 1200 000 руб., переменные расходы – 400 000 руб., условно-постоянные – 600 000 руб. Определите, как изменится прибыль организации при снижении цены на ее продукцию: а) на 5 %; б) на 10 %. Принять, что выпуск продукции будет изменяться пропорционально объему продаж.

Решение

1. Прибыль в базисе $1\,200\,000 - (400\,000 + 600\,000) = 200\,000$ руб.

2. При снижении цены на 5 % объем продаж возрастает на $1,5 \cdot 5 = 7,5\%$. 3. Прибыль при этом варианте: $1\,200\,000 \cdot 0,95 \cdot 1,075 - (400\,000 \cdot 1,075 + 600\,000) = 1\,225\,500 - 1\,030\,000 = 195\,500$ руб.

4. При снижении цены на 10 % объем продаж увеличивается на $1,5 \cdot 10\% = 15\%$.

5. Прибыль при этом варианте: $1\,200\,000 \cdot 0,9 \cdot 1,15 - (400\,000 \cdot 1,15 + 600\,000) = 1\,224\,000 - 1\,040\,000 = 184\,000$ руб. Оба варианта организации не выгодны.

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

Система критериев оценки определяет оценку успеваемости по каждому заданию для зачета с использованием интервальной шкалы баллов, применяемой в привязке к рейтинговой 100-балльной системе.

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ

Подсчитывается доля набранных баллов в максимальной сумме баллов за все задания теста:

- Каждый правильный ответ на тестовый вопрос (тип выборочный, одинарный, множественный, открытый) оценивается в m баллов (число m определяется путем деления максимального количества баллов за выполнение теста в структуре экзаменационного билета/задания на количество тестовых заданий);
- Каждый частично правильный ответ на тестовый вопрос (тип выборочный, множественный, открытый) оценивается в $m/2$ баллов независимо от соотношения правильно/неправильно выбранных вариантов (число m определяется путем деления максимального количества баллов за выполнение теста в структуре экзаменационного билета/задания на количество тестовых заданий);
- Каждый неправильный ответ на тестовый вопрос (тип выборочный, одинарный) оценивается в 0 баллов.

Оценка «отлично»/ «зачтено» (91-100 баллов) выставляется, если доля набранных баллов составляет 91-100%.

Оценка «хорошо»/ «зачтено» (76-90 баллов), если доля набранных баллов составляет 76-90%.

Оценка «удовлетворительно»/ «зачтено» (61-75 баллов), если доля набранных баллов составляет 61-75%.

Оценка «неудовлетворительно»/ «не зачтено» (0-60 баллов), если доля набранных баллов составляет не более 60%.

ОЦЕНКА РЕШЕНИЯ ЗАДАЧИ

Оценка «отлично» / «зачтено» (91-100 баллов) выставляется при соблюдении следующих условий: Полное верное решение - оценивается в n баллов (n – максимальное количество баллов за решение задачи в структуре экзаменационного билета/задания).

Оценка «хорошо» / «зачтено» (76-90 баллов) выставляется при соблюдении следующих условий: Верное решение; имеются небольшие недочеты, в целом не влияющие на решение – оценивается в диапазоне от $0,76*n$ баллов до $0,9*n$ баллов (n – максимальное количество баллов за решение задачи в структуре экзаменационного билета/задания).

Оценка «удовлетворительно» / «зачтено» (61-75 баллов) выставляется при соблюдении следующих условий: Решение в целом верное; однако оно содержит ряд ошибок, либо не учитывает отдельных случаев, но может стать правильным после некоторых исправлений или дополнений – оценивается в диапазоне от $0,61*n$ баллов до $0,75*n$ баллов (n – максимальное количество баллов за решение задачи в структуре экзаменационного билета/задания).

Оценка «неудовлетворительно» / «не зачтено» (0-60 баллов) выставляется при соблюдении следующих условий: Решение неверное; изначально выбран неверный ход решения, или решение отсутствует – оценивается в 0 баллов.