


ФГБОУ ВО НОВОСИБИРСКИЙ ГАУ
Кафедра управления и отраслевой экономики

УТВЕРЖДЕН

Рег. № МЦМ.03-4201
«05» 10 2022г.

на заседании кафедры
Протокол от «12» 09 2022г. № 2
Заведующий кафедрой управления и
отраслевой экономики



(подпись) Е.В. Рудой

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

Б1.В.14 Ценообразование

Шифр и наименование дисциплины

38.03.02 Менеджмент

Код и наименование направления подготовки

Цифровой маркетинг

Направленность (профиль)

Новосибирск 2022



Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Понятие и сущность цены и ценообразования	ПК-2	Коллоквиум, тест
2	Виды цен	ПК-2	Коллоквиум
3	Состав и структура цены	ПК-2	Коллоквиум, тест
4	Методология ценообразования	ПК-2	Коллоквиум, тест
5	Ценовая политика предприятия	ПК-2	Коллоквиум
6	Стратегии ценообразования	ПК-2	Коллоквиум, тест
	Контрольная работа, зачет	ПК-2	Темы контрольной работы, вопросы к зачету

МАТРИЦА СООТВЕТСТВИЯ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ УРОВНЮ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Критерии оценки	Уровень сформированности компетенций
Оценка по пятибалльной системе	
«Отлично»	«Высокий уровень»
«Хорошо»	«Повышенный уровень»
«Удовлетворительно»	«Пороговый уровень»
«Неудовлетворительно»	«Не достаточный»
Оценка по системе «зачет – незачет»	
«Зачтено»	«Достаточный»
«Не зачтено»	«Не достаточный»

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

1. Положение «О балльно-рейтинговой системе аттестации студентов»: СМК ПНД 08-01-2022, введено приказом от 28.09.2011 №371-О (<http://nsau.edu.ru/file/403>: режим доступа свободный);

2. Положение «О проведении текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся в ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ»: СМК ПНД 77-01-2022, введено в действие приказом от 03.08.2015 №268а-О (<http://nsau.edu.ru/file/104821>: режим доступа свободный).

**Вопросы для коллоквиумов
по дисциплине Ценообразование**

Тема: Понятие и сущность цены и ценообразования

1. Какие определения можно дать понятию «цена» и ее роль в рыночных отношениях?
2. Какие факторы влияют на формирование динамики цен?
3. В чем сущность основных функций цены: учетной, стимулирующей, распределительной?
4. Что такое методология ценообразования и что такое принципы ценообразования?
5. Дайте характеристику основных принципов ценообразования (научности обоснования цены, целевой направленности цен, непрерывности процесса ценообразования, контроля за соблюдением цен).

Тема: Виды цен

1. Дайте определение системы цен.
2. Какие факторы способствуют росту цен?
3. Какие факторы способствуют снижению цен?
4. Дайте характеристику основных видов цен.

Тема: Состав и структура цены

1. Что такое состав и структура цены?
2. Назовите состав цены по основным экономическим элементам: оптовой (отпускной) цены предприятия, оптовой (отпускной) цены промышленности, розничной цены.

Тема: Методология ценообразования

1. В чем сущность затратного ценообразования?
2. Методы параметрического ценообразования.
3. Каковы основные методы рыночного ценообразования?

Тема: Ценовая политика предприятия

1. Что такое ценовая политика?
2. Дайте характеристику основных целей ценовой политики предприятия.
3. Дайте характеристику основных этапов ценообразования: выбор цели, определение спроса, анализ издержек, анализ цен конкурентов, выбор метода ценообразования, установление окончательной цены.

4. Что такое тактика ценообразования?
5. Дайте характеристику основных тактик ценообразования.
6. Что такое скидка? Приведите основные виды скидок?

Тема: Стратегии ценообразования

1. Что такое стратегия ценообразования?
2. Дайте характеристику основных стратегий ценообразования.

Критерии оценки:

«Отлично» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

«Хорошо» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов.

«Удовлетворительно» - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнены, некоторые из выполненных заданий, возможно содержат ошибки.

«Безусловно неудовлетворительно» - теоретическое содержание курса не освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.

ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ
Кафедра управления и отраслевой экономики

Фонд тестовых заданий
по дисциплине Ценообразование

Тема: Понятие и сущность цены и ценообразования

1. Какие из перечисленных видов цен наиболее адекватны условиям рыночной экономики:
 - а) рыночные цены;
 - б) регулируемые цены;
 - в) свободные цены;
 - г) фиксированные цены.
2. Сумма денег, за которую продавец хочет продать, а покупатель готов купить товар, это:
 - а) издержки производства;
 - б) спрос;
 - в) цена;
 - г) выручка.
3. Нижнюю границу цены определяют:
 - а) спрос;
 - б) предложение;
 - в) постоянные издержки;
 - г) переменные издержки;
 - д) общие издержки.
4. Установите соответствие между экономическими категориями и экономическими отношениями, которые они выражают:

Экономические категории:

1) прибыль;	3) финансы;
2) кредит;	4) себестоимость.

Экономические отношения:

А. Связанные с формированием фондов денежных средств и их движением.

Б. Связанные с формированием денежных средств, направляемых на простое воспроизводство.

В. Связанные с формированием денежных средств, направляемых на расширенное воспроизводство.

Г. Обусловленные формированием и использованием временно свободных денежных средств.
5. Установите соответствие между законами и их сущностью:

Законы рыночной экономики:

1) закон предложения;	3) закон спроса;
2) закон стоимости;	4) закон экономии ресурсов.

Сущность закона:

А. Обмен товаров происходит в соответствии с общественно необходимыми затратами, что вынуждает производителей снижать индивидуальные издержки.

Б. Существование обратной зависимости между ценой товара и величиной покупательского спроса на этот товар.

В. Принцип, в соответствии с которым величина предлагаемого на рынок товара увеличивается с ростом цен на него.

Г. Суть требования закона – в необходимости снижения затрат ресурсов на единицу потребительской стоимости товара для получения прибыли при сложившемся уровне рыночных цен.

6. Какая функция цены в наибольшей степени связана с законом стоимости:

- а) сбалансирования спроса и предложения;
- б) стимулирующая;
- в) распределительная;
- г) учетная.

7. Какая функция цены в наибольшей степени реализуется с помощью акцизов и

НДС:

- а) сбалансирования спроса и предложения;
- б) стимулирующая;
- в) распределительная;
- г) учетная.

8. Принцип, который проявляется в том, что продукция на каждом этапе движения от сырья до готового изделия, от производителя к потребителю имеет свою цену, это:

- а) принцип единства процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен;
- б) принцип непрерывности процесса ценообразования;
- в) принцип целевой направленности цен;
- г) принцип научности обоснования цен.

9. Постоянно действующие основные положения, характерные для всей системы цен, это:

- а) концепция;
- б) методы;
- в) принципы;
- г) методология.

10. Принцип, который проявляется в четком определении приоритетных экономических и социальных проблем, в решении которых будут использоваться цены, это:

- а) принцип единства процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен;
- б) принцип научности обоснования цен;
- в) принцип целевой направленности цен;
- г) принцип непрерывности процесса ценообразования.

11. Если цена на рынке устанавливается ниже равновесной цены, то возникает:

- а) дефицит товара;
- б) избыток предложения;
- в) изменение спроса;
- г) изменение предложения.

Критерии оценки:

- 1. > 90 - 100% ответов верны – «отлично»
- 2. > 60% - ≤ 90% ответов верны – «хорошо»
- 3. > 45% - ≤ 60% ответов верны – «удовлетворительно»
- 4. ≤ 45% ответов верны – «неудовлетворительно»

Тема: Состав и структура цены

1. Состав какой цены отражают следующие элементы: издержки производства и обращения, прибыль предприятия-изготовителя, снабженческо-сбытовая надбавка, НДС:

- а) отпускная цена предприятия;
- б) отпускная цена промышленности;
- в) розничная цена;
- г) закупочная цена.

2. Состав какой цены отражают следующие элементы: издержки производства и обращения, прибыль предприятия изготовителя, снабженческо-сбытовая надбавка, торговая надбавка, НДС:

- а) отпускная цена предприятия;
- б) отпускная цена промышленности;
- в) розничная цена;
- г) закупочная цена.

3. Установите соответствие между ценой и экономическими элементами, ее формирующими:

- | | |
|----------------------------|------------------------------------|
| Отпускная цена предприятия | 1) акциз; |
| | 2) торговая надбавка; |
| | 3) прибыль; |
| | 4) себестоимость; |
| | 5) НДС; |
| | 6) снабженческо-сбытовая надбавка. |

4. Установите соответствие между причинами и фактором снижения цены.

- | | |
|--|-------------------|
| Причины: | Фактор: |
| 1) превышение спроса над предложением; | 1) снижения цены. |
| 2) совершенствование налогообложения; | |
| 3) обеспечение высоких темпов роста фондоотдачи; | |
| 4) инфляция; | |
| 5) индексация доходов населения. | |

5. Совокупность экономических элементов цены в их абсолютном значении отражает:

- а) структуру цены;
- б) состав цены;
- в) систему цен;
- г) подходят все предложенные варианты.

6. Франкировка – это:

- а) форма учета в цене транспортных расходов;
- б) форма учета в цене торговых наценок;
- в) вид группировки затрат, входящих в себестоимость.

7. Цена, по которой продукция может быть реализована в настоящее время на отечественном рынке, должна включать в себя:

- а) издержки производства;
- б) издержки производства и прибыль;
- в) издержки производства, прибыль и косвенные налоги.

8. Психология покупателя наиболее часто учитывается при исчислении:

- а) розничной цены потребительских товаров;
- б) отпускной цены на продукцию производственного назначения;
- в) издержек производства.

9. В основе разделения цен на цены франко-отправления и франко-назначения лежит:

- а) категория товара;

- б) способ распределения транспортных затрат между продавцом и покупателем;
- в) способ транспортировки товара;
- г) вид цены.

Критерии оценки:

- 1. $> 90 - 100\%$ ответов верны – «отлично»
- 2. $> 60\% - \leq 90\%$ ответов верны – «хорошо»
- 3. $> 45\% - \leq 60\%$ ответов верны – «удовлетворительно»
- 4. $\leq 45\%$ ответов верны – «неудовлетворительно»

Тема: Методология ценообразования

- 1. Калькулирование по полным затратам:
 - а) не учитывает постоянные затраты;
 - б) не учитывает переменные затраты;
 - в) определяет цену с учетом постоянных и переменных затрат;
 - г) учитывает спрос покупателей.
- 2. Недостатки методов затратного ценообразования:
 - а) сложность сбора информации;
 - б) недостоверность исходных данных;
 - в) игнорирование информации о поведении покупателей;
 - г) игнорирование информации о поведении конкурентов.
- 3. Причины широкого распространения методов затратного ценообразования на практике:
 - а) наиболее точный расчет рыночной цены;
 - б) доступность информации об издержках;
 - в) справедливость по отношению к участникам товарообменной операции;
 - г) надежность информации.
- 4. К методам ценностного ценообразования не относится:
 - а) метод калькулирования по полным затратам;
 - б) метод удельного ценообразования;
 - в) метод целевой прибыли;
 - г) балльный метод.
- 5. Метод парных сравнений основан:
 - а) на экспертной оценке предпочтений;
 - б) на оценке затрат;
 - в) на данных статистики.
- 6. Набор качественных характеристик, которые способен понять и принять потребитель, – это:
 - а) товарные атрибуты;
 - б) потребительская ценность;
 - в) потребительское качество;
 - г) товарный профиль.

Критерии оценки:

- 1. $> 90 - 100\%$ ответов верны – «отлично»
- 2. $> 60\% - \leq 90\%$ ответов верны – «хорошо»
- 3. $> 45\% - \leq 60\%$ ответов верны – «удовлетворительно»
- 4. $\leq 45\%$ ответов верны – «неудовлетворительно»

Тема: Стратегии ценообразования

1. Применение стратегии ценового прорыва возможно:
 - а) при высокой эластичности спроса по цене;
 - б) низкой эластичности спроса по цене;
 - в) единичной эластичности спроса по цене;
 - г) положительной эластичности спроса по цене.
2. Основное условие применения стратегии дифференцированного ценообразования:
 - а) возможность позиционирования товара;
 - б) наличие свободных производственных мощностей;
 - в) высокая степень конкуренции;
 - г) низкая эластичность спроса по цене.
3. Стратегия нейтрального ценообразования означает:
 - а) установление цен на уровне фирм-конкурентов;
 - б) установление цен со средним по отрасли уровнем прибыли;
 - в) расчет цен затратными методами;
 - г) установление цены в соответствии с экономической ценностью товара.
4. Стратегия премиального ценообразования не применима:
 - а) при высокой эластичности спроса по цене;
 - б) низкой эластичности спроса по цене;
 - в) высоких удельных переменных затратах;
 - г) низких удельных переменных затратах.
5. Для дифференцированного ценообразования необходимо:
 - а) сегментирование покупателей по уровню доходов;
 - б) отсутствие правовых ограничений;
 - в) использование конкурентами дифференцированного ценообразования;
 - г) отсутствие возможности проникновения конкурентов на высокодоходный сегмент рынка.
6. Снижение цен возможно на следующих стадиях жизненного цикла товара:
 - а) внедрения на рынок;
 - б) роста;
 - в) зрелости;
 - г) спада.
7. В соответствии с рыночными целями фирмы стратегия ценообразования определяет:
 - а) периодичность изменения цен;
 - б) конкретную цену (цифру);
 - в) изменение цен в зависимости от условия места продажи;
 - г) возможный уровень, направление, скорость и периодичность изменения цен.
8. Продажа одного товара различным клиентам по разным ценам или предоставление ценовых льгот некоторым клиентам лежит в основе стратегии:
 - а) «ценовых линий»;
 - б) «ценовой дискриминации»;
 - в) «дифференциации цен на взаимосвязанные товары»;
 - г) «следования за конкурентом».
9. Округление цен относится к:
 - а) методам ценообразования;
 - б) ценовым стратегиям;
 - в) тактике ценообразования;
 - г) факторам ценообразования.
10. Какие факторы не влияют на ценовую стратегию предприятия?
 - а) платежеспособность спроса;

- б) задачи бизнеса;
- в) конкурентная ситуация на рынке;
- г) издержки производства.

Критерии оценки:

- 1. $> 90 - 100\%$ ответов верны – «отлично»
- 2. $> 60\% - \leq 90\%$ ответов верны – «хорошо»
- 3. $> 45\% - \leq 60\%$ ответов верны – «удовлетворительно»
- 4. $\leq 45\%$ ответов верны – «неудовлетворительно»

ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ
Кафедра управления и отраслевой экономики

**Перечень тем для контрольной работы
по дисциплине Ценообразование**

1. Понятие цены и ее значимость в современных условиях.
2. Взаимосвязь цены, спроса и предложения.
3. Ценообразующие факторы.
4. Виды цен внутреннего рынка, сфера их применения.
5. Мировые цены, практика их применения.
6. Ценообразование в топливно-энергетическом комплексе.
7. Ценообразование в сфере услуг.
8. Ценообразование на транспортные услуги.
9. Анализ динамики цен на внутреннем рынке.
10. Взаимосвязь цен и налогов.
11. Особенности формирования цен на различных типах рынков.
12. Методы регулирования цен на продукцию предприятий монополистов.
13. Роль цен в решении социальных вопросов.
14. Цены товарных аукционов и торгов.
15. Формы и способы борьбы с инфляцией в России.
16. Ценовая информация.
17. Ценовая политика организации.
18. Затратное ценообразование, его достоинства и недостатки.
19. Формирование цен с учетом конкуренции.
20. Основы формирования ценовой стратегии.
21. Стратегия премиального ценообразования.
22. Политика цен жизненного цикла товара.
23. Регулирование цен на продукцию естественных монополий.
24. Государственное регулирование цен в зарубежных странах.
25. Виды скидок, применяемых в ценообразовании.

Критерии оценки:

«Зачтено» выставляется обучающемуся, если контрольная работа выполнена и защищена в установленный срок, все требования*, предъявляемые к работе выполнены, продемонстрировано хорошее знание темы, использован творческий подход;

«Не зачтено» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части материала, изложенного по теме работы, а также требования, предъявляемые к работе не выполнены.

*Требования к выполнению контрольной работы доводятся до студентов во время выдачи задания для выполнения контрольной работы.

ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ
Кафедра управления и отраслевой экономики

**Вопросы для подготовки к зачету
по дисциплине Ценообразование**

1. Дайте понятие и раскройте значимость цены в современных условиях.
2. Раскройте сущность основных функций цены.
3. Что такое методология ценообразования?
4. Дайте характеристику основных принципов ценообразования.
5. В чем сущность системы цен и какие факторы способствуют росту/снижению цены?
6. Дайте характеристику основных видов цен.
7. Приведите состав оптовых (отпускных) цен предприятия.
8. Приведите состав оптовых (отпускных) цен промышленности.
9. Приведите состав розничных цен, в зависимости от этапов товародвижения.
10. В чем сущность затратного ценообразования? Приведите основные методы затратного ценообразования.
11. Каковы основные методы рыночного и параметрического ценообразования?
12. Что такое ценность товара? Дайте характеристику основных факторов, определяющих ценность товара.
13. Что такое ценовая политика? Дайте характеристику основных целей ценовой политики предприятия.
14. Какие этапы включает процесс ценообразования? В чем сущность этапа ценообразования «выбор цели»?
15. В чем сущность этапа ценообразования «определение спроса»?
16. В чем сущность этапов ценообразования «анализ издержек» и «анализ цен конкурентов»?
17. В чем сущность этапов ценообразования «выбор метода ценообразования» и «установление окончательной цены»?
18. Перечислите основные цели и методы государственного регулирования цен.
19. Что такое стратегия ценообразования? Дайте характеристику основных стратегий ценообразования.
20. Что такое тактика ценообразования? Дайте характеристику основных тактик ценообразования.
21. Что такое скидка? Приведите основные виды скидок?

Критерии оценки:

«Зачтено» выставляется обучающемуся, который твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу, без существенных неточностей отвечает на вопросы, владеет необходимыми навыками и приемами выполнения практических заданий.

«Не зачтено» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает принципиальные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Задания для оценки сформированности компетенции ПК-2:

1. Через какую функцию цены оказывается воздействие на уровень жизни населения:

1. информационная;
2. стимулирующая;
3. распределительная;
4. социальная.

Ответ: 4.

2. Рассчитайте отпускную цену предприятия при следующих исходных данных: себестоимость единицы продукции 225 руб., необходимый уровень рентабельности 12,5 %, НДС 20 %.

Ответ: _____

3. Что такое тактическое ценообразование?

Ответ: _____

4. Установите соответствие между участниками товародвижения и их экономическими элементами в конечной цене товара:

А. Розничная торговля

Б. Косвенные налоги

1. акциз
2. прибыль
3. торговая надбавка
4. себестоимость
5. НДС
6. снабж.-сбытовая надбавка

Ответ: 1 – Б, 3 – А, 5 – Б.

5. Если два товара взаимозаменяемые, то снижение цены на первый вызовет:

1. падение спроса на второй товар;
2. рост спроса на второй товар;
3. рост предложения на второй товар;
4. падение предложения на второй товар.

Ответ: 1

6. Снижать цену товара, для расширения рынка сбыта целесообразно, если спрос на товар:

1. не имеет значения;
2. неэластичный по цене;
3. эластичный по цене;
4. единичной эластичности.

Ответ: 3.

7. Продолжите определение: цена это _____

8. Приведите факторы, которые влияют на повышение цены (не менее трех).

Ответ: _____

9. Закон стоимости, законы спроса и предложения, это основа принципа:

1. контроля за ценами;
2. научного обоснования цен;
3. непрерывности процесса ценообразования;
4. целевой направленности цен.

Ответ: 2

10. Принципы и методы ценообразования, это элементы:

1. системы цен;
2. методологии ценообразования;
3. процесса ценообразования;
4. концепции ценообразования.

Ответ: 2

11. Цена, по которой товар выбывает из сферы товарного обращения и используется в домашнем хозяйств или в производстве, это:

1. отпускная цена;
2. розничная цена;
3. закупочная цена;
4. оптовая цена.

Ответ: 2

12. Для основной массы товаров при увеличении дохода потребителей спрос на эти товары:

1. уменьшится;
2. не изменится;
3. увеличится;
4. возможны все варианты ответов.

Ответ: 3

13. Выделите факторы, влияющие на спрос.

Ответ: _____

14.Продолжите предложение: ценовая конкуренция предполагает установление цены, по отношению к ценам конкурентов, _____

15.Какой экономический элемент цены отражает интересы посредника в цене?

Ответ: _____

16. Что такое количественная скидка?

Ответ: _____

Критерии оценки результатов:

– оценка «отлично» выставляется студенту, если он отвечает верно на 80-100% вопросов.

– оценка «хорошо» выставляется студенту, если он отвечает верно на 70-79% вопросов.

– оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он отвечает верно на 60-69% вопросов.

– оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не освоил материал темы, дает менее 60% правильных ответов.