

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гулько Юлия Александровна

«__» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.В.15 Ценообразование в маркетинге

38.03.02 Менеджмент

Маркетинг

бакалавр

очная

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-3 Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку ее эффективности реализации	ПК-3.1 Формирует комплекс маркетинга организации	знает – теоретические основы ценообразования как состав-ляющей комплекса маркетинга и практические основы анализа, оценки и разработки стратегий ценообразования, оценки эффективности их реализации для целей марке-тинга (ПК- 3.1)
		умеет – анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии ценообразования, оценивать их эффективность для целей маркетинга (ПК- 3.1)
		владеет навыками – проведения анализа, оценки и разработки стратегий це-нообразования, оценки их эффективность для целей мар-кетинга (ПК- 3.1)
ПК-4 Способен организовать продвижение товаров (услуг)	ПК-4.1 Организует мероприятия, способствующ ие увеличению продаж продукции	знает основы сбора, обработки и оценки ценовой информа-ции, необходимой для организации продвижения товаров (услуг), и ее использование в мероприя-тиях по увеличе-нию продаж продукции (ПК- 4.1)
		умеет осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку це-новой информации, необходимой для организации про-движения товаров (услуг), и ее использование в меро-прия-тиях по увеличению продаж продукции (ПК- 4.1)
		владеет навыками навыки осуществления сбора, хранения, обработки и оценки ценовой информации, необходимой для организации продвижения товаров (услуг), и ее использование в ме-роприя-тиях по увеличению продаж продукции (ПК- 4.1)

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Раздел 1. Ценообразование в рыночных условиях			

1.1.	Тема 1. Ценообразование в рыночных условиях	5		
1.2.	Тема 2. Система цен в экономике	5		
1.3.	Тема 3. Состав и структура цены	5		
1.4.	Тема 4. Ценообразующие факторы	5		
1.5.	Тема 5. Особенности ценообразования на отраслевых рынках	5		
2.	2 раздел. Раздел 2. Методологические аспекты ценообразования в деятельности организаций			
2.1.	Тема 6. Методические аспекты ценообразования организаций	5		
2.2.	Тема 7. Ценовая политика в деятельности организации	5		
2.3.	Тема 8. Государственное регулирование цен	5		
2.4.	Тема 9. Стратегия и тактика ценообразования	5		
3.	3 раздел. Контроль			
3.1.	Экзамен	5		
	Промежуточная аттестация			Эк

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
Текущий контроль			
	Для оценки знаний		
	Для оценки умений		
	Для оценки навыков		
Промежуточная аттестация			
1	Экзамен	Средство контроля усвоения учебного материала и формирования компетенций, организованное в виде беседы по билетам с целью проверки степени и качества усвоения изучаемого материала, определить необходимость введения изменений в содержание и методы обучения.	Комплект экзаменационных билетов

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Ценообразование в маркетинге"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

*Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)*

ВОПРОСЫ К Экзамену ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»

1. Предмет и метод изучения дисциплины «Ценообразование»
2. Понятие и экономические основы цены
3. Экономические функции цен
3. Концептуальные основы цены (теории)
4. Понятие и характеристика системы цен
5. Классификационные признаки и виды цен (территориальность, период, конкретность...)
6. Формирование цен по стадиям товародвижения, характеристика элементов цены
7. Порядок формирования себестоимости продукции и её значение для целей ценообразования
8. Классификация издержек
9. Роль прибыли в составе цены
10. Влияние налогов на ценообразование
11. Правила установления цен
12. Сущность рыночного ценообразования и характеристика его методов
13. Сущность затратного ценообразования и характеристика его методов
14. Характеристика частных принципов ценообразования
15. Характеристика общих принципов ценообразования
16. Сущность ценовой политики предприятия и её цели
17. Параметрические методы ценообразования
18. Этапы ценовой политики фирмы
19. Ценовые стратегии: сущность, виды
20. Тактика ценообразования
21. Типы и виды скидок
22. Сущность и цели государственного регулирования цен
23. Характеристика прямых методов государственного регулирования цен
24. Характеристика косвенных методов государственного регулирования цен
25. Понятие ценообразующих факторов
26. Взаимосвязь спроса и цены
27. Взаимодействие цены и предложения
28. Классификация ценообразующих факторов
29. Ценообразование на рынке чистой конкуренции
30. Понятие, основные черты и роль инфляции в изменении цен.
31. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции
32. Ценообразование на рынке олигополистической конкуренции
33. Методы борьбы с инфляцией
34. Особенности метода ценообразования «средние издержки плюс прибыль»
35. Расчет цены на основе обеспечения безубыточности.
36. Информация, необходимая для принятия ценовых решений.
37. Ценообразование на рынке чистой монополии. Государственное регулирование монополий
38. Регулирование цен со стороны органов исполнительной власти.
39. Специфика формирования мировых цен
40. Сущность тендерного ценообразования
41. Государственные структуры, осуществляющие контроль за ценами.
42. Правовое регулирование цен и ценообразования в РФ.

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)