

Министерство образования Азербайджанской Республики
Общество с ограниченной ответственностью
«Азербайджанский Государственный Экономический Университет»
Дербентский филиал Общества с ограниченной ответственностью
«Азербайджанский Государственный Экономический Университет»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

Б3.В.ДВ.2.2 МЕЖДУНАРОДНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Направление подготовки

38.03.01 «Экономика»

Профиль подготовки

Мировая экономика

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

очная, заочная

Дербент - 2015

Содержание

	стр.
1. Цель и задачи дисциплины	3
2. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	4
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и академических часах	4
5. Структура и содержание дисциплины	5
5.1. Структура дисциплины	5
5.2. Содержание тем лекционных занятий	6
5.3. Содержание тем практических (семинарских) занятий	7
6. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (по модулю)	9
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	11
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины	11
7.2. Показатели и критерии оценивания компетенций	12
7.3. Примерные (типовые) контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации	12
7.4. Перечень вопросов к зачету	21
7.5. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	22
8. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля)	23
9. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимые для освоения дисциплины (модуля)	23
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	24
11. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)	27
12. Материально-техническое обеспечение дисциплины	28
13. Образовательные технологии	28

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Международное ценообразование» является развитие у студентов целостной системы знаний о закономерностях формирования и динамике цен в международной торговле, а также навыков принятия решений в области ценообразования в международных сделках.

Задачами дисциплины «Международное ценообразование» являются:

- ознакомление студентов с основными теоретическими подходами к понятию цены, ее сущности и функциям, закономерностями формирования мировых цен;
- освоение подходов и методов учета затрат, экономической ценности и конкуренции при принятии ценовых решений;
- развитие навыков анализа структуры цены, финансовых последствий изменения цены, влияния мер государственного регулирования;
- изучение подходов к формированию ценовой политики и стратегии фирмы в международной торговле, а также способов определения цен в контрактах.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Дисциплина «Международное Ценообразование» формирует инструментарий овладения следующими профессиональными компетенциями бакалавра экономики:

1) Профессиональными компетенциями (ПК):

- способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач (ПК-4);
- способен выбрать инструментальные средства, для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы (ПК- 5);
- способен организовать деятельность малой группы созданной для реализации конкретного экономического проекта (ПК-11)

В результате изучения дисциплины «Международное ценообразование» обучающийся должен:

Знать:

- основные подходы к ценообразованию
- содержание экономической ценности товара;
- эффекты снижения ценовой чувствительности покупателей;
- алгоритм анализа финансовых последствий ценовых решений;
- методы управления ценовой конкуренцией;
- содержание ценовой политики;
- виды и условия применения ценовых стратегий в международной торговле;
- способы установления цен в международном контракте;
- виды скидок;
- понятие и элементы вертикальной структуры цены;
- последствия использования разных видов государственного регулирования

цен.

Уметь:

- рассчитывать цену на основе полных и прямых затрат;
- определять экономическую ценность товара;
- оценивать прямую и перекрестную эластичность спроса по цене;

- определять размер безубыточного изменения продаж при изменении цены и затрат;
 - определять целесообразность использования определенной ценовой стратегии;
 - рассчитать и провести анализ структуры цены;
 - дать оценку различных мер регулирования с позиций влияния на уровень и динамику цен.
- Владеть:
- методическими приемами международного ценообразования, методиками принятия решений в области управления целевой политикой компании, установления контрактных цен.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина «Международное ценообразование» - входит в состав вариативной части (обязательная дисциплина) учебного плана профессионального цикла (Б3) подготовки по направлению 38.03.01 «Экономика» профиля «Мировая экономика» профессиональной образовавшейся программы бакалавриата.

Обучение по данной дисциплине предполагавшее освоение предметов гуманитарного, социального и экономического цикла (Б1), математического цикла (Б2) и некоторых дисциплин профессионального цикла (Б3).

Особое значение придается предшествующему изучению дисциплин: «Микроэкономика», «Маркетинг», «Бухгалтерский учет и анализ», «Корпоративные финансы», «Мировая экономика и международные экономические отношения», «Международная торговля», входящих в состав профессионального цикла.

Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее для прохождения учебной практики.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов, 3 зачетных единиц

Вид учебной работы	Форма обучения	
	очная	заочная
Семестр	5	7
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем, всего	54	18
<i>Аудиторная работа, всего:</i>	50	14
<i>из них в интерактивной форме</i>	14	6
<i>Лекции</i>	20	6
<i>Практические занятия</i>	30	8
<i>Внеаудиторная работа, всего</i>	4	4
<i>в том числе:</i>		
<i>- индивидуальная работа обучающихся с преподавателем</i>	4	-
<i>- промежуточная аттестация - зачет</i>	+	4
2. Самостоятельная работа обучающихся, всего	54	90

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Структура дисциплины

для очной формы обучения

Наименование тем дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
	ЛК	ПК	СРС	КСР	
1. Сущность и функции цены	2	2	5	2	Устный опрос, контрольная работа, разбор практических ситуаций, тестирование
2. Основы формирования рыночной цены	2	2	5		
3. Затраты и их учет в ценообразовании	2	4	6		
4. Ценообразование на основе ценности товара для покупателя	2	2	5		
5. Анализ финансовых последствий ценовых решений	2	4	6		
6. Учет конкуренции в ценообразовании	2	4	6	2	
7. Формирование ценовой политики и ценовой стратегии компании	2	2	5		
8. Цены в международных контрактах	2	4	5		
9. Вертикальная структура цены	2	2	5		
10. Государственное регулирование цен во внутренней и международной торговле	2	4	6		
Итоговый контроль					зачет
Итого	20	30	54	4	

для заочной формы обучения

Наименование тем дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
	ЛК	ПК	СРС	Конт роль	
1. Сущность и функции цены	1	1	8		Устный опрос, контрольная работа, разбор
2. Основы формирования рыночной цены			8		
3. Затраты и их учет в ценообразовании			9		

4.Ценообразование на основе ценности товара для покупателя		1	9		практических ситуаций, тестирование	
5.Анализ финансовых последствий ценовых решений	1	1	10			
6.Учет конкуренции в ценообразовании	1	1	10			
7.Формирование ценовой политики и ценовой стратегии компании		1	9			
8.Цены в международных контрактах	1	1	9			
9.Вертикальная структура цены	1	1	8			
10.Государственное регулирование цен во внутренней и международной торговле		1	10			
Итоговый контроль				4		зачет
Итого	6	8	90	4		

5.2. Содержание тем лекционных занятий

Тема 1. Сущность и функции цены

Понятие цены. Становление современной теории цены Ценообразующие факторы. Роль цен в рыночной экономике. Функции цены. Цены в мировом хозяйстве.

Тема 2. Основы формирования рыночной цены

Равновесие и равновесная цена. Различие между формированием и обнаружением цены. Ценовой выигрыш вследствие либеральной международной торговли.

Тема 3. Затраты и их учет в ценообразовании

Неоклассическая концепция затрат. Затраты с позиций бухгалтерского учета. Установление цены на основе затрат: преимущества и недостатки. Фундаментальная проблема затратного ценообразования. Эффективный подход к анализу затрат при принятии ценовых решений

Тема 4. Ценообразование на основе ценности товара для покупателя

Ценностное (проактивное) ценообразование. Экономическая ценность товара: понятие и алгоритм анализа. Факторы, влияющие на ценовую чувствительность. Эластичность спроса по цене как показатель ценовой чувствительности покупателей.

Тема 5.Анализ финансовых последствий ценовых решений

Предельная прибыль: понятие и значение при принятии ценовых решений. Анализ условий безубыточности изменения цены: базовый случай. Анализ условий безубыточности изменения цены при непостоянстве затрат.

Анализ условий безубыточности реактивного изменения цены. Учет риска при анализе финансовых последствий ценовых решений. Кривая безубыточности продаж.

Тема 6.Учет конкуренции в ценообразовании

Ценовая конкуренция в условиях различных рыночных структур. Ценополучатели и ценоискатели. Последствия ценовой конкуренции. Управление конкуренцией в процессе принятия ценовых решений.

Тема 7. Формирование ценовой политики и ценовой стратегии компании

Понятие ценовой политики и факторы, ее определяющие. Ценовая стратегия и ценовая тактика. Виды ценовых стратегий. Выбор ценовой стратегии на разных этапах жизненного цикла товара. Дополнительные ценовые стратегии

Тема 8. Цены в международных контрактах

Определение таможенной стоимости товара. Обоснование, расчет экспортной и импортной цены товара. Внешнеторговые цены; их классификация, источники информации. Виды внешнеторговых цен в зависимости от условий поставки. Калькуляция внешнеторговой цены. Система ценовых скидок в международной торговле.

Валюта цены и валюта платежа. Страхование валютных рисков в ценообразовании.

Тема 9. Вертикальная структура цены

Классификация цен по характеру обслуживаемого оборота. Понятие и элементы вертикальной структуры цены. Наценки оптовой и розничной торговли. Налоги в цене товара.

Тема 10. Государственное регулирование цен во внутренней и международной торговле

Цели и задачи государственного регулирования цен. Формы и методы государственного воздействия на цены. Ценовые последствия протекционизма. Таможенные тарифы. Нетарифные барьеры, их влияние на цены. Демпинг и антидемпинговые пошлины. Компенсационные пошлины.

5.3. Содержание тем практических (семинарских) занятий

Устный опрос по темам:

Тема 1. Сущность и функции цены

Понятие и становление современной теории цены. Ценообразующие факторы.

Роль цен в рыночной экономике. Функции цены.

Цены в мировом хозяйстве.

Тестирование

Решение задач

Тема 2. Основы формирования рыночной цены

Равновесие и равновесная цена. Различие между формированием и обнаружением цены.

Ценовой выигрыш вследствие либеральной международной торговли.

Тестирование

Решение задач

Тема 3. Затраты и их учет в ценообразовании

Неоклассическая концепция затрат. Затраты с позиций бухгалтерского учета.

Установление цены на основе затрат: преимущества и недостатки.

Фундаментальная проблема затратного ценообразования.

Эффективный подход к анализу затрат при принятии ценовых решений

Тестирование

Решение задач

Тема 4. Ценообразование на основе ценности товара для покупателя

Ценностное (проактивное) ценообразование. Экономическая ценность товара: понятие и алгоритм анализа.

Факторы, влияющие на ценовую чувствительность.

Эластичность спроса по цене как показатель ценовой чувствительности покупателей.

Тестирование

Решение задач

Тема 5. Анализ финансовых последствий ценовых решений

Предельная прибыль: понятие и значение при принятии ценовых решений.

Анализ условий безубыточности изменения цены: базовый случай.

Анализ условий безубыточности изменения цены при непостоянстве затрат.

Анализ условий безубыточности реактивного изменения цены.

Учет риска при анализе финансовых последствий ценовых решений. Кривая безубыточности продаж.

Тестирование

Решение задач

Тема 6. Учет конкуренции в ценообразовании

Ценовая конкуренция в условиях различных рыночных структур.

Ценополучатели и ценоискатели. Последствия ценовой конкуренции.

Управление конкуренцией в процессе принятия ценовых решений.

Тестирование

Решение задач

Тема 7. Формирование ценовой политики и ценовой стратегии компании

Понятие ценовой политики и факторы, ее определяющие.

Ценовая стратегия и ценовая тактика. Виды ценовых стратегий.

Выбор ценовой стратегии на разных этапах жизненного цикла товара.

Дополнительные ценовые стратегии

Тестирование

Решение задач

Тема 8. Цены в международных контрактах

Определение таможенной стоимости товара. Обоснование, расчет экспортной и импортной цены товара.

Внешнеторговые цены; их классификация, источники информации. Виды внешнеторговых цен в зависимости от условий поставки.

Калькуляция внешнеторговой цены. Система ценовых скидок в международной торговле.

Валюта цены и валюта платежа. Страхование валютных рисков в ценообразовании.

Тестирование

Решение задач

Тема 9. Вертикальная структура цены

Классификация цен по характеру обслуживаемого оборота.

Понятие и элементы вертикальной структуры цены.

Наценки оптовой и розничной торговли. Налоги в цене товара.

Тестирование

Решение задач

Тема 10. Государственное регулирование цен во внутренней и международной торговле

Цели и задачи государственного регулирования цен.

Формы и методы государственного воздействия на цены.

Ценовые последствия протекционизма. Таможенные тарифы. Нетарифные барьеры, их влияние на цены.

Демпинг и антидемпинговые пошлины. Компенсационные пошлины.

Тестирование

Решение задач

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ПО МОДУЛЮ)

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Страхование во внешнеэкономической деятельности» подразумевает применение следующих форм:

- самостоятельная работа во время основных аудиторных занятий;
- самостоятельная работа во внеаудиторное время.

1. Самостоятельная работа во время основных аудиторных занятий:

- во время лекций предполагается предоставление студентам возможности формулировать и излагать вопросы преподавателю, а также комментировать и дополнять предлагаемый преподавателем материал;

- во время семинара студент может задавать направление обсуждаемым проблемам, предложить собственный вариант проведения семинара, активно участвовать в дискуссии, выступить с самостоятельно подготовленным материалом, подготовить реферат;

- на практическом занятии самостоятельная работа заключается в решении задач, предложенных в качестве дополнительного задания, выполнении тестовых заданий, упражнений, контрольных работ.

2. Самостоятельная работа во внеаудиторное время:

- написание рефератов, представляющих собой самостоятельное изучение и краткое изложение содержания учебной и дополнительной литературы по определенной преподавателем или выбранной студентом теме;

- подготовка дополнительных вопросов к семинару, не вошедших в лекционный материал;

- выполнение домашних контрольных работ, включающих тестовые задания, упражнения, задачи и пр.;

- выполнение заданий творческого характера (например, написание эссе по какой-либо проблеме, анализ практической ситуации, и пр.).

Самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины

Темы и вопросы для самостоятельного изучения	Виды и содержание самостоятельной работы
1. Сущность и функции цены 2. Основы формирования рыночной цены 3. Затраты и их учет в ценообразовании 4. Ценообразование на основе ценности товара для покупателя 5. Анализ финансовых последствий ценовых решений 6. Учет конкуренции в ценообразовании 7. Формирование ценовой политики и ценовой стратегии компании 8. Цены в международных контрактах 9. Вертикальная структура цены 10. Государственное регулирование цен во внутренней и международной торговле	1. Проработка учебного материала по рекомендуемой литературе и подготовка докладов к семинарскому занятию. 2. Написание рефератов по предложенным темам. 3. Тестирование или контрольная работа

Темы рефератов

1. Либерализация цен в России.
2. Отличительные черты рыночного ценообразования от централизованного установления цен.
3. Вклад К. Маркса в трудовую теорию стоимости.
4. Становление современной теории цены в рамках неоклассической традиции.
5. Влияние неценовых факторов на изменение спроса.
6. Воздействие налогов и дотаций на изменение предложения.
7. Анализ соотношения затрат, объема производства и прибыли.
8. Методы калькулирования себестоимости.
9. Расчет цен на основе нормативов рентабельности.
10. Расчет цен на основе торговых скидок и надбавок.
11. Затратное ценообразование на основе кривой обучения.
12. Количественный (кардиналистский) подход к анализу полезности и спроса.
13. Порядковый (ординалистский) подход к анализу полезности и спроса.
14. Реакция потребителей на изменение цен.
15. Проблемы повышения точности расчетов безубыточности.
16. Графический анализ многовариантной ценовой и производственной политики фирмы.
17. Схемы учета динамики условно-постоянных издержек при обосновании ценовых решений.
18. Изменение логики анализа финансовой отчетности для нужд ценообразования.
19. Финансовый анализ и маркетинговый план: проблемы согласования.
20. Исторические примеры регулирования монополии.

21. Социальная цена монополии.
22. Ценовая дискриминация и ее виды.
23. Реклама и продвижение товара на рынках с монополистической конкуренцией.
24. Политика цен жизненного цикла товара.
25. Реакция фирмы на изменение цен конкурентов.
26. Проблемы эффективного использования информационных потоков для реализации ценовой стратегии.
27. Конкуренция и партнерство в современном мире.
28. Использование скидок в российской практике.
29. Международные контрактные отношения в современной России.
30. Система цен, действовавшая в СССР.
31. История развития косвенного налогообложения в России и за рубежом.
32. Противоречия социально-ориентированных цен, пути их преодоления.
33. Регулирование цен в зарубежных странах
34. Контроль за соблюдением порядка применения регулируемых цен.
35. Принципы определения цены для целей налогообложения.
36. Воздействие экономической глобализации на государственное регулирование цен в международной торговле.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

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

Наименование тем дисциплины	Компетенции (код)	Оценочные средства
1. Сущность и функции цены	ПК-4, ПК-5, ПК-11	Устный опрос, защита рефератов, контрольная работа
2. Основы формирования рыночной цены	ПК-4, ПК-5, ПК-11	
3. Затраты и их учет в ценообразовании	ПК-4, ПК-5, ПК-11	
4. Ценообразование на основе ценности товара для покупателя	ПК-4, ПК-5, ПК-11	
5. Анализ финансовых последствий ценовых решений	ПК-4, ПК-5, ПК-11	
6. Учет конкуренции в ценообразовании	ПК-4, ПК-5, ПК-11	
7. Формирование ценовой политики и ценовой стратегии компании	ПК-4, ПК-5, ПК-11	
8. Цены в международных контрактах	ПК-4, ПК-5, ПК-11	
9. Вертикальная структура цены	ПК-4, ПК-5,	

	ПК-11	
10. Государственное регулирование цен во внутренней и международной торговле	ПК-4, ПК-5, ПК-11	

7.2. Показатели и критерии оценивания компетенций (знает, умеет, владеет; освоена, частично освоена, не освоена)

7.3. Примерные (типовые) контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

1. Каковы место и роль цены в рыночной экономике?
2. На какие вопросы рынок как механизм распределения благ должен ответить?
3. В чем выражаются принципиальные отличия формирования цен в условиях рынка и в плановой экономике?
4. Почему цены называют координирующим механизмом?
5. Почему А. Маршалл сравнивает спрос и предложение с лезвиями ножниц?
6. Дайте определение функции цены, перечислите их и назовите те из них, которые наиболее адекватны рыночной экономике.
7. Можно ли считать банковский процент разновидностью цены? Почему?
8. Дайте характеристику основных функций цены как экономической категории. Можно ли каким-либо образом ранжировать эти функции по степени важности? Если да, то предложите свой вариант и обоснуйте его.
9. На основе периодической литературы докажите, что финансовые рынки выступают конкурентами товарным рынкам.
10. В чем состоит отличие между изменением объема спроса и изменением функции спроса? Проиллюстрируйте на графике.
11. Что понимают под ценой спроса?
12. Какое состояние считается равновесным?
13. В чем заключается отличие между понятиями «формирование цены» и «обнаружение цены»?
14. Верно / неверно данное выражение:
 - Для данных кривых спроса и предложения увеличение доходов потребителей приведет к увеличению и равновесной цены и равновесного объема.
 - Если на рынке существует избыточный спрос, то, скорее всего, цена будет повышаться.
 - Когда цены ресурсов, используемых в производстве товаров, возрастают, то при прочих равных условиях спрос будет оставаться неизменным, но объем спроса будет падать.
 - Если спрос на товар повышается, а предложение остается без изменения, то равновесная цена будет расти.
 - Если рыночная цена ниже равновесной, то она будет снижаться, так как в таких условиях спрос будет падать, а предложение расти.

- Равновесие всегда стабильно и всегда единственно.

- В соответствии со взглядами А. Маршалла в механизме восстановления рыночного равновесия ведущая роль отводится превышению цены спроса над ценой предложения, и наоборот.

- В соответствии со взглядами Ж. Вальраса в механизме восстановления рыночного равновесия наличие избыточного спроса и избыточного предложения не играет никакой роли.

15. Функция спроса населения на данный товар $QD = 10 - P$, функция предложения данного товара $QS = -5 + 2P$. Предположим, на данный товар установлена фиксированная цена на уровне 3 ден. ед. Определить объем неудовлетворенного спроса.

16. Функция спроса на данный товар $QD = 8 - P$, функция предложения данного товара $QS = -7 + 2P$. Определить излишек покупателя.

17. Заданы следующие функции спроса $QD1 = 6 + 2P$, $QD2 = 3P - 15$, $QD3 = 5P$ и функции предложения $QS1 = 12 - P$, $QS2 = 16 - 4P$, $QS3 = 10 - 0,5P$. Найти равновесную цену и равновесный объем продаж для каждой сделки. Построить графики.

18. В чем состоит цель рыночного анализа издержек?

19. Охарактеризуйте постоянные издержки.

20. Что такое переменные затраты?

21. В чем состоит практическая ценность деления затрат на постоянные и переменные?

22. Что такое предельные (маржинальные) затраты?

23. Охарактеризуйте средние издержки. Покажите их практическую значимость.

24. Что представляет собой критическая точка производства?

25. Как рассчитать средневзвешенную цену капитала?

26. Какие затраты называются предотвратимыми?

27. В чем сущность метода полных издержек? Рассмотрите преимущества и недостатки этого метода.

28. Как рассчитать рентабельность и оборачиваемость активов?

29. Какие существуют подходы к формированию ассортимента товаров фирмы и ценообразованию?

30. Дайте определение затратного подхода к ценообразованию.

31. Верно / неверно данное выражение:

- При увеличении FC MC тоже увеличиваются.

- Если цены на факторы, применяемые в производстве, известны, то производственная функция может быть использована для построения кривой совокупных издержек.

- Совокупные издержки длительного периода могут быть представлены как сумма переменных и постоянных издержек.

- Налог на собственность является составной частью переменных издержек.

- Затраты по ведению переговоров являются частью транзакционных затрат.

- Средние затраты можно определить только в длительном периоде.

- При обосновании цен следует учитывать предотвратимые и невозвратные

расходы.

- В российских фирмах преобладает чисто затратный подход к управлению бизнесом.

- При росте масштабов выпуска увеличивается величина средних затрат.

- Наиболее разумный подход - пассивное ценообразование, т.к. позволяет покрыть фактические затраты и получить приемлемую величину прибыли.

- Величину удельных затрат на единицу продукции невозможно определить до того, как цена будет установлена.

- Выбор типа норматива рентабельности зависит от сложности учета различных типов затрат и связи затрат определенного типа с экономической ценностью товара для покупателей.

- Рентабельность продаж - это отношение суммы валовой прибыли к выручке от продаж.

- Схема расчета минимального норматива рентабельности позволяет определить минимальные цены, по которым фирма может позволить продавать свои товары.

32. Функция общих затрат фирмы задана выражением: $TC = 350 + 10Q - 5Q^2 + 0,5Q^3$. Найти выражения для ATC , FC , VC , AFC , AVC , MC .

33. В таблице указаны значения общих затрат конкурентной фирмы при разных объемах выпуска:

Q	0	1	2	3	4	5	6
TC	15	20	22	25	30	38	49

Определить, какой объем выпуска выберет фирма, чтобы ее прибыль была максимальной, если рыночная цена сложилась на уровне 6 рублей.

34. В таблице показана зависимость общих затрат предприятия TC от выпуска продукции. Рассчитать постоянные FC , переменные VC и предельные MC затраты.

Q	TC	FC	VC	MC
0	60			
1	140			
2	180			
3	240			
4	420			

35. Заполнить пропуски в таблице.

Q	TC	FC	VC	ATC	AFC	AVC	MC
0	10						
1			19				
2							5
3				10			
4						7	

36. Рассчитайте цены товаров А и Б на основе полных затрат. Накладные расходы распределите пропорционально заработной плате производственных

рабочих и пропорционально материалам. Плановая рентабельность составляет 20%.

	Товар А	Товар Б	Всего
Количество, шт.	1000	2500	
Переменные затраты, руб. - всего	1000	3100	
в том числе:	600	900	
Зарплата производствен, рабочих	400	2200	
Материалы			
Постоянные затраты, руб. - всего			3400
Распределение постоянных затрат:			
-Пропорционально зарплате			
-Пропорционально материалам			
Полная себестоимость выпуска:			
способ			
способ			
Прибыль:			
Цена единицы товара, руб.			
1 способ			
2 способ			

37. Цена на ваш продукт в прошлом месяце составляла 65 рублей, объем продаж - 50 000 штук. Полная себестоимость выпуска составила 2 500 000 руб., из которых 2 000 000 руб. - это переменные затраты. Однако в этом месяце на рынок пришел новый более крупный продавец и предложил аналогичный продукт по цене 45 руб. Стоит ли вам выпускать данный продукт в текущем месяце или же вы предпочтете остановить производство? Обоснуйте ваше решение.

38. Дайте определения ориентировочной и отличительной ценности.

39. Какие этапы должен включать анализ экономической ценности товара?

40. Как определяется общая экономическая ценность?

41. Назовите факторы, влияющие на эластичность спроса по цене.

42. В чем проявляется эффект сложности сравнения?

43. Каким образом влияет на чувствительность покупателя к цене товара эффект расхода?

44. Дайте определение понятию эластичность.

45. Что дает предпринимателю знание эластичности спроса?

46. Как ценовая эластичность влияет на общую выручку фирмы?

47. В чем отличие пассивного и активного ценообразования.

48. Дайте определение ценностного ценообразования.

49. Каково должно быть соотношение ценности товара и его цены?

50. Верно / неверно данное выражение:

- В основе понятия экономической ценности товара лежит меновая ценность.
- Анализ экономической ценности товара определяется факторами,

отличающих данный продукт от конкурирующего продукта.

- Источники ценности могут быть только объективными.
- Изменение в ценности пропорционально увеличению эффективности данного продукта.
- Покупатели тем менее чувствительны к цене товара, чем больше они ценят его уникальные характеристики.
- Спрос по цене более эластичен, когда цена выходит за рамки «справедливой».
- Ценовая эластичность определяет чувствительность покупателей к изменению цен, с точки зрения качества товаров, которые они приобретают.
- Ценовая эластичность не влияет на общую выручку фирмы.
- Если ценность товара не оправдывает для покупателя его цену, то квалифицированный стратег ценообразования будет предлагать покупателю все большие скидки.
- Низкая цена воспринимается многими потенциальными покупателями как свидетельство не очень высокой ценности товара.
- Рост объемов производства (числа операций) автоматически ведет к снижению удельных издержек и росту прибыльности.
- Активное ценообразование не позволяет устанавливать слишком высокие цены на рынках с ухудшающейся конъюнктурой или слишком низких цен на рынках с растущим спросом.
- Активное ценообразование требует определения цены до начала инвестирования в производство новой продукции.

51. Нарисовать график абсолютно неэластичного спроса ($E_d = 0$) и абсолютно эластичного спроса ($E_d \rightarrow \infty$).

52. Функция спроса на товар задана выражением: $QD = 20 - 2P$. Определить коэффициент эластичности спроса по цене при $P = 2$ рубля.

53. При цене товара А равной 20 рублей, объем спроса на товар В составляет 250 шт. А при цене товара А 25 рублей, объем спроса на товар В составит 320 шт. Определить коэффициент перекрестной эластичности.

54. Что представляет собой предельная прибыль?

55. Как рассчитать абсолютную величину предельной прибыли на единицу продукции?

56. Какие шаги включает оценка финансовых последствий ценовых решений?

57. Как определяется безубыточное изменение продаж?

58. Охарактеризуйте наиболее простой способ оценки риска при принятии ценового решения.

59. В каких случаях используют для анализа кривую безубыточности продаж?

60. Как изменяется построение графика безубыточных приростов продаж при анализе повышения цен по сравнению с графиком, используемым для анализа снижения цен?

61. Чем отличается логика построения кривой безубыточных продаж от логики построения кривой спроса?

62. Дайте определение следующим ключевым понятиям: предельная прибыль, абсолютная предельная прибыль, относительная предельная прибыль, общий

эффект от изменения цены, эффект цены, эффект объема, безубыточное изменение продаж.

63. Какое ценообразование является реактивным или пассивным?

64. Почему необходимо учитывать риск при принятии ценовых решений?

65. Что представляют таблицы возможных финансовых последствий изменения цены?

66. Как построить график безубыточности?

67. Что называют кривой безубыточности продаж?

68. Как взаимодействуют кривая безубыточности продаж и линии спроса?

69. Верно / неверно данное выражение

- Эффективное решение об установлении цены должно обеспечивать компромисс внутренних финансовых и внешних рыночных условий.

- Предельная прибыль представляет собой изменение общей прибыли от продаж товара при производстве и реализации дополнительного количества этого товара.

- Общий эффект от изменения цены распадается на два эффекта: эффект цены и эффект объема.

- Проанализировать условия безубыточности изменения цен при непостоянстве затрат невозможно.

- Рыночные результаты можно предугадывать с абсолютной точностью.

70. Фирма продает свой товар по 120 руб. за штуку. Переменные затраты на его изготовление составят 80 руб. Каковы будут:

а) безубыточный прирост продаж (в %) при снижении цены на 5%?

б) безубыточное сокращение продаж (в %) при повышении цены на 12%?

71. Фирма решила расширить свои производственные мощности, что будет сопряжено для нее с затратой 20 млн руб. на закупку дополнительной установки. Отпускная цена за единицу продукции фирмы составляет 12 тыс. руб., а переменные затраты - 6 тыс. руб. Сколько единиц изделия надо фирме дополнительно продать и при каких условиях, чтобы компенсировать прирост постоянных затрат?

72. В чем заключаются основы конкуренции?

73. Назовите основные типы рынков.

74. Дайте характеристику совершенной конкуренции.

75. Сформулируйте основные характерные черты монополистической конкуренции.

76. В чем проявляется олигополия?

77. Охарактеризуйте рынок чистой монополии.

78. Каково влияние конкуренции на процесс обоснования цен?

79. Верно / неверно данное выражение

- Уровень рыночной цены и возможность влиять на него во многом определяются типом структуры рынка соответствующего товара.

- Степень конкуренции, ее характер и формы для разных типов рынка одинаковые.

- При чистой конкуренции фирма может, изменив свой выпуск, изменить рыночную цену.

- Рыночная власть представляет собой возможность влиять на рыночную цену.

- Прибыль фирмы, обладающей рыночной властью, будет максимальной при таком объеме выпуска, для которого предельная выручка равна предельным затратам.

- Рынок олигополии характеризуется независимостью предприятий-продавцов.

- Ценовая конкуренция - это игра с положительным исходом.

- В большинстве случаев ценовой конкуренции лучше избегать.

- Бывает полезным частичное раскрытие ограниченной информации о компании.

80. Спрос на продукцию фирмы, максимизирующей прибыль, отображается функцией $QD = 13 - P/3$. Фирма установила $P = 20$. Каковы предельные затраты фирмы?

81. Определить выпуск, максимизирующий прибыль монополиста, назначенную им цену и размер полученной прибыли, если функция спроса на продукцию монополиста $QD = 12 - P$, а функция общих затрат $ТС = 2 + 6Q + Q^2$. При какой цене будет продаваться продукция при стремлении монополиста к максимальной выручке?

82. Известна функция спроса на продукт монополистического конкурента: $QD = 30 - 5P_A + 2P_B$ и функция его общих затрат: $ТС_A = 24 + 3Q_A$. После установления отраслевого равновесия фирма А стала выпускать 8 ед. продукции. Определить P_A и P_B .

83. В чем отличие понятий «политика ценообразования» и «стратегия ценообразования»?

84. Каковы основные цели ценовой политики?

85. Какие виды ценовых стратегий выделяются в коммерческой практике?

86. Дайте определение стратегии ценового прорыва.

87. Укажите отличия стратегии премиального ценообразования от стратегии нейтрального ценообразования.

88. Объясните сущность стратегии скорейшего возврата средств.

89. Какие стратегии применяются фирмами на стадии «зрелости» продукта?

90. Какие цели ценовой политики можно осуществлять на стадии роста?

91. Верно / неверно данное выражение

- Под политикой цен понимают общие принципы, которых компания собирается придерживаться в сфере установления цен на свои товары или услуги.

- Для стратегии премиального ценообразования характерно то, что фирма устанавливает цены на высоком уровне.

- Фирма совершенно вольна в выборе своей ценовой стратегии.

- На практике невозможна ситуация, когда фирма одновременно реализует несколько ценовых стратегий.

- Успешность реализации стратегии премиального ценообразования зависит от предпосылок, лежащих на стороне затрат.

- Стратегия ценового прорыва малоэффективна для дешевых товаров повседневного спроса.

92. Дайте определение цены контракта.

93. Какие факторы влияют на выбор валюты цены?

94. Чем отличается цена-нетто от цены-брутто?

95. Что означает термин «франко»?

96. Какие виды цен различают в зависимости от способа фиксации цены в контракте?

97. Охарактеризуйте основные виды скидок с цены.

98. С какой целью вводятся экспортные скидки?

99. Какие сделки называются онкольными?

100. Верно / неверно данное выражение

- Для платежа по контракту должна быть выбрана только та валюта, в которой устанавливается цена контракта.

- Цена в контракте может быть установлена только за весовую единицу.

- Цена-брутто определяется с учетом условий купли - продажи.

- На условиях СИФ цена товара определяется только в виде твердой величины, включающей все расходы по перевозке товара.

- Твердая цена не может быть изменена в ходе исполнения сделки.

- На практике часто применяется смешанный способ фиксации цены.

101. Имеются исходные данные на единицу изделия:

- себестоимость - 400 тыс. руб.;

- прибыль - 25%;

- перевозка к железнодорожной станции - 3 тыс. руб.;

- стоимость погрузки в вагон - 1,2 тыс. руб.;

- стоимость перевозки до порта - 4 тыс. руб.;

- стоимость погрузочно-разгрузочных работ с доставкой товара вдоль борта судна - 1,5 тыс. руб.;

- стоимость доставки на борт судна и складирование на судне - 1 тыс. руб.;

- морской фрахт до порта назначения - 200 дол. (в задаче принят 1 дол. равен 25 руб.);

- страхование - 3%.

Определить:

а) отпускную цену завода-изготовителя;

б) цену «франко-железнодорожный вагон»;

в) цену ФАС, ФОБ, КАФ, СИФ.

102. Универмаг вначале приобрел у фирмы-производителя партию товара 2000 шт. Производитель рекомендовал цену конечной продажи 400 руб., за что предоставил универмагу 15% скидку. Универмаг получил товары по цене 340 руб. за штуку и оплатил за всю партию 680 тыс. руб.

Товар быстро разошелся, и универмаг решил приобрести еще 1000 шт. В результате он получит право на кумулятивную скидку в форме повышенной до 17% торговой скидки. Сколько теперь он должен будет уплатить за вторую партию в 1000 шт.?

103. Дайте характеристику основных видов цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения.

104. Перечислите элементы оптовой (отпускной) цены предприятия, оптовой цены промышленности, розничной цены.

105. Дайте определение состава и структуры цены.

106. Назовите виды цен в зависимости от территории их действия.

107. Расскажите о видах цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов.

108. Назовите виды цен по степени их свободы от воздействия государства и дайте им характеристику.

109. Дайте характеристику экспортных и импортных цен.

110. Что такое система цен, и каковы ее признаки?

111. Определить:

- а) оптовую цену предприятия;
- б) розничную цену;
- г) структуру розничной цены.

Исходные данные:

- полная себестоимость изделия - 40 руб.;
- уровень рентабельности затрат - 20%;
- налог на добавленную стоимость - 6 руб.;
- наценка посреднических организаций - 5 руб.;
- торговая надбавка - 15% к отпускной цене посредников.

112. Определить отпускную цену единицы продукции (флакона духов), не облагаемой акцизом, при условиях:

- при изготовлении продукции используется спирт, имеющий фактическую себестоимость (спирт производится на данном предприятии) 5 руб. за 1 дал (1 декалитр = 10 л);
- ставка акциза на спирт составляет 90% от отпускной цены без НДС;
- для изготовления одного флакона духов (без затрат на производство спирта с учетом акциза), составляют 2, 85 руб.;
- уровень рентабельности к себестоимости принят в размере 25%.

113. Какое значение имеет ценовая политика государства?

114. Когда целесообразно прямое вмешательство государства в действующие цены?

115. Как осуществляется косвенное регулирование цен?

116. Может ли возникнуть дефицит при установлении нижнего предела цены?

117. Можно ли утверждать, что тяжесть акцизного налога полностью ложится на покупателей продукта?

118. Верно / неверно данное выражение

- Прямое воздействие государства на цены означает участие государства на формирование уровней, структуры и движения цен, установление определенных правил ценообразования.

- Формами прямого вмешательства государства являются: общее замораживание цен, установление пределов возможного роста цен, льготное кредитование, субсидирование.

- Косвенное воздействие государства на цены - это применение совокупности способов и средств, способствующих расширению товарного предложения, управление доходами населения.

- Формами косвенного вмешательства являются: создание условий для

здоровой конкуренции, государственное финансирование НИР, установление предельного норматива рентабельности, установление предельных размеров торговых наценок.

- К потоварным налогам относятся акцизы, налог на добавленную стоимость, налог на прибыль.

- После введения потоварного налога общественная выгода не меняется.

- Рыночное равновесие не меняется после введение государством потоварной дотации.

- Введение дотации должно привести к чистому общественному выигрышу.

119. Функция спроса населения на данный товар задана выражением $QD = 7 - P$. Функция предложения данного товара $Qs = -5 + 2P$, где QD , Qs - объем спроса и объем предложения в млн шт. в год. Определить равновесную цену и равновесный объем продаж. На товар установлена фиксированная цена на уровне 3 рубля. Определить объем продаж и объем неудовлетворенного спроса. Введен налог, уплачиваемый продавцом на уровне 1,5 руб. за единицу товара. Определить равновесный объем продаж и равновесные цены для покупателя и продавца. Определить излишек продавца и покупателя до и после введения налога. Рассчитать величину налоговых поступлений в бюджет.

120. Функция рыночного спроса и рыночного предложения заданы выражениями $QD = 10 - P$, $Qs = -5 + 2P$. За каждую проданную единицу товара производитель получает дотацию 2 рубля. Как изменится при этом равновесная цена?

121. Рынок цемента характеризуется следующими функциями спроса и предложения: $QD = 12 - P$, $Qs = -3 + 2P$. Какая сумма налога будет собрана, если установить 50% налог с оборота? Как меняется цена?

7.4. Перечень вопросов к зачету

1. Либерализация цен в России.
2. Отличительные черты рыночного ценообразования от централизованного установления цен.
3. Вклад К. Маркса в трудовую теорию стоимости.
4. Становление современной теории цены в рамках неоклассической традиции.
5. Влияние неценовых факторов на изменение спроса.
6. Воздействие налогов и дотаций на изменение предложения.
7. Анализ соотношения затрат, объема производства и прибыли.
8. Методы калькулирования себестоимости.
9. Расчет цен на основе нормативов рентабельности.
10. Расчет цен на основе торговых скидок и надбавок.
11. Затратное ценообразование на основе кривой обучения.
12. Количественный (кардиналистский) подход к анализу полезности и спроса.
13. Порядковый (ординалистский) подход к анализу полезности и спроса.
14. Реакция потребителей на изменение цен.
15. Проблемы повышения точности расчетов безубыточности.
16. Графический анализ многовариантной ценовой и производственной

политики фирмы.

17. Схемы учета динамики условно-постоянных издержек при обосновании ценовых решений.

18. Изменение логики анализа финансовой отчетности для нужд ценообразования.

19. Финансовый анализ и маркетинговый план: проблемы согласования.

20. Исторические примеры регулирования монополии.

21. Социальная цена монополии.

22. Ценовая дискриминация и ее виды.

23. Реклама и продвижение товара на рынках с монополистической конкуренцией.

24. Политика цен жизненного цикла товара.

25. Реакция фирмы на изменение цен конкурентов.

26. Проблемы эффективного использования информационных потоков для реализации ценовой стратегии.

27. Конкуренция и партнерство в современном мире.

28. Использование скидок в российской практике.

29. Международные контрактные отношения в современной России.

30. Система цен, действовавшая в СССР.

31. История развития косвенного налогообложения в России и за рубежом.

32. Противоречия социально-ориентированных цен, пути их преодоления.

33. Регулирование цен в зарубежных странах

34. Контроль за соблюдением порядка применения регулируемых цен.

35. Принципы определения цены для целей налогообложения.

36. Воздействие экономической глобализации на государственное регулирование цен в международной торговле.

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

Процедура текущего контроля по дисциплине «Международное ценообразование» состоит из трех этапов:

1) контроль освоения теоретического материала по каждой теме курса;

2) тестирование по отдельным темам курса или разделам;

3) собеседование по решению профессиональных задач (или выполнению каких-либо других заданий) по каждой теме курса. Первые два этапа рекомендуется проводить в конце изучения тем курса, т.к. для прохождения их студентам не требуется времени на подготовку - тестирование выявляет знание общих положений дисциплины (понятия, классификации понятий, законы, закономерности, принципы, методики и пр.) и принципиальные умственные умения. Студенты, не получившие положительную оценку по результатам контроля практических умений и/или тестирования допускаются к основному этапу итового контроля в порядке, утвержденном кафедрой. Общая оценка выставляется с учетом результатов всех этапов промежуточного контроля в порядке, установленном кафедрой

Содержание этапов контроля:

1. Результаты оценки теоретических знаний оцениваются по двухбалльной («зачтено» - «не зачтено») или четырехбалльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

2. Содержание тестовых заданий должно соответствовать конечным целям изучения дисциплины. Они должны выявлять знание общих, принципиальных, положений дисциплины, определенные конечными целями ее изучения. Недопустимы задания на выявление частных знаний и справочных сведений.

3. Собеседование- основной этап итогового контроля, который проводится по предлагаемым ситуациям, содержащим несколько заданий (или одно комплексное), выполнение которых подтверждает наличие у студента умений, определенных целями изучения дисциплины.

8. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основная литература

1. Герасименко В.В. Ценообразование: учебное пособие. - М.: ИНФРА- М, 2009. - 422 с.

2. Моховикова Г.А., Желтякова И.А., Пузыня Н.Ю. Цены и ценообразование.- СПб.: Питер, 2008. - 176 с.

3. Салимжанов И.К. Ценообразование

4. Тарасевич В.М. Ценовая политика предприятия: учебник для вузов. - 3-е изд. СПб.: Питер, 2010. - 320 с.

5. Цены и ценообразование: учебник для вузов. - 5-е изд. / Под ред. В.Е.Есипова. - СПб.: Питер, 2008. - 480 с.

Дополнительная литература

6. Марн Майкл. Ценовое преимущество / Майкл В.Марн, Эрик В.Регнер, Крейг К. Завада; пер. с англ. - М.: Альпино Бизнес Букс, 2004. - 317 с.

7. Маховикова Г.А. Ценообразование: практикум / Г.А.Маховикова, И.А.Желтякова, Н.Ю.Пузыня. - М.: Эксмо, 2008. - 304 с.

8. Слепнева Т.А., Яркин Е.В. Цены и ценообразование: учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 240 с.

9. Ценообразование на мировом рынке / Под ред. проф. Вердиева А.Ч. Баку. - 1999. - 305 с.

10. Шамахов В.А., Богданова Е.Л., Никитина В.Е. Внешнеторговое ценообразование: Учебное пособие. - СПб.: Техническая книга, 2006. - 320 с.

11. Яковлев.Н.Я. Цены и ценообразование: учебное пособие. -3-е изд., перераб. и доп. - М.: «Маркетинг», 2001. - 106 с.

9. РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

При изучении дисциплины студентам полезно пользоваться следующими Интернет – ресурсами:

программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Сайт министерства экономического развития РФ

<http://www.economy.gov.ru/minec/main>

Сайт научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU

http://elibrary.m/org_titles.asp?orgsid=918

Сайт библиотеки AUP.Ru по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии

http://www.edu.m/modules.php?page_id=6&name=Web_Links&op=modload&1_op=vie_wlinkinfo&lid=504&no_blank=1

Сайт каталога образовательных Интернет-ресурсов

http://www.edu.ru/modules.php?name=Web_Links

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Приступая к изучению дисциплины, студенту необходимо ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной учебной литературы. Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий, занести в свою рабочую тетрадь темы и сроки проведения семинаров, написания учебных и творческих работ.

При изучении дисциплины студенты выполняют следующие задания: изучают рекомендованную учебную и научную литературу; пишут контрольные работы, готовят доклады и сообщения к практическим занятиям; выполняют самостоятельные творческие работы, участвуют в выполнении практических заданий.

Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях, изучения рекомендованной литературы, выполнения контрольных письменных заданий.

Лекции - форма учебного занятия, цель которого состоит в рассмотрении теоретических вопросов излагаемой дисциплины в логически выдержанной форме.

В состав учебно-методических материалов лекционного курса включаются:

- учебники и учебные пособия, в том числе разработанные преподавателями кафедры, конспекты (тексты, схемы) лекций в печатном виде и /или электронном представлении - электронный учебник, файл с содержанием материала, излагаемого на лекциях, файл с раздаточными материалами;

- тесты и задания по различным темам лекций (разделам учебной дисциплины) для самоконтроля студентов;

- списки учебной литературы, рекомендуемой студентам в качестве основной и дополнительной по темам лекций (по соответствующей дисциплине).

Практические занятия – одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности учащихся и приобретение умений и навыков практической деятельности.

Особая форма практических занятий – лабораторные занятия, направленные на экспериментальное подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений. В процессе лабораторной работы студенты выполняют одно или несколько лабораторных заданий, под

руководством преподавателя в соответствии с изучаемым содержанием учебного материала.

Семинары – составная часть учебного процесса, групповая форма занятий при активном участии студентов. Семинары способствуют углублённому изучению наиболее сложных проблем науки и служат основной формой подведения итогов самостоятельной работы студентов. На семинарах студенты учатся грамотно излагать проблемы, свободно высказывать свои мысли и суждения, рассматривают ситуации, способствующие развитию профессиональной компетентности. Следует иметь в виду, что подготовка к семинару зависит от формы, места проведения семинара, конкретных заданий и поручений. Это может быть написание доклада, эссе, реферата (с последующим их обсуждением), коллоквиум.

Учебно-методические материалы практических (семинарских) занятий включают:

А) Методические указания по подготовке практических/семинарских занятий, содержащие:

- план проведения занятий с указанием последовательности рассматриваемых тем занятий, объема аудиторных часов, отводимых для освоения материалов по каждой теме;

- краткие теоретические и УММ по каждой теме, позволяющие студенту ознакомиться с сущностью вопросов, изучаемых на практических/лабораторных семинарских занятиях, со ссылками на дополнительные УММ, которые позволяют изучить более глубоко рассматриваемые вопросы;

- вопросы, выносимые на обсуждение и список литературы с указанием конкретных страниц, необходимый для целенаправленной работы студента в ходе подготовки к семинару (список литературы оформляется в соответствии с правилами библиографического описания);

- тексты ситуаций для анализа, заданий, задач и т.п., рассматриваемых на занятиях. Практические занятия рекомендуется проводить и с использованием деловых ситуаций для анализа (case-study method).

Б) Методические указания для преподавателей, ведущих практические/семинарские занятия, определяющие методику проведения занятий, порядок решения задач, предлагаемых студентам, варианты тем рефератов и организацию их обсуждения, методику обсуждения деловых ситуаций для анализа.

Методические указания по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов - способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процессе преподавателей. Повышение роли самостоятельной работы студентов при проведении различных видов учебных занятий предполагает:

- оптимизацию методов обучения, внедрение в учебный процесс новых технологий обучения, повышающих производительность труда преподавателя, активное использование информационных технологий, позволяющих студенту в удобное для него время осваивать учебный материал;

- широкое внедрение компьютеризированного тестирования;

- совершенствование методики проведения практик и научно-исследовательской работы студентов, поскольку именно эти виды учебной работы студентов в первую очередь готовят их к самостоятельному выполнению профессиональных задач;

- модернизацию системы курсового и дипломного проектирования, которая должна повышать роль студента в подборе материала, поиске путей решения задач.

Предметно и содержательно самостоятельная работа студентов определяется образовательным стандартом, рабочими программами учебных дисциплин, содержанием учебников, учебных пособий и методических руководств.

Для успешного самостоятельного изучения материала сегодня используются различные средства обучения, среди которых особое место занимают информационные технологии разного уровня и направленности: электронные учебники и курсы лекций, базы тестовых заданий и задач.

Электронный учебник представляет собой программное средство, позволяющее представить для изучения теоретический материал, организовать апробирование, тренаж и самостоятельную творческую работу, помогающее студентам и преподавателю оценить уровень знаний в определенной тематике, а также содержащее необходимую справочную информацию. Электронный учебник может интегрировать в себе возможности различных педагогических программных средств: обучающих программ, справочников, учебных баз данных, тренажеров, контролирующих программ.

Для успешной организации самостоятельной работы все активнее применяются разнообразные образовательные ресурсы в сети Интернет: системы тестирования по различным областям, виртуальные лекции, лаборатории, при этом пользователю достаточно иметь компьютер и подключение к Интернету для того, чтобы связаться с преподавателем, решать вычислительные задачи и получать знания. Использование сетей усиливает роль самостоятельной работы студента и позволяет кардинальным образом изменить методику преподавания. Студент может получать все задания и методические указания через сервер, что дает ему возможность привести в соответствие личные возможности с необходимыми для выполнения работ трудозатратами. Студент имеет возможность выполнять работу дома или в аудитории.

Большое воспитательное и образовательное значение в самостоятельном учебном труде студента имеет самоконтроль. Самоконтроль возбуждает и поддерживает внимание и интерес, повышает активность памяти и мышления, позволяет студенту своевременно обнаружить и устранить допущенные ошибки и недостатки, объективно определить уровень своих знаний, практических умений.

Самое доступное и простое средство самоконтроля с применением информационно-коммуникационных технологий - это ряд тестов «on-line», которые позволяют в режиме реального времени определить свой уровень владения предметным материалом, выявить свои ошибки и получить рекомендации по самосовершенствованию.

Методические указания по выполнению рефератов

Реферат представляет собой сокращенный пересказ содержания первичного документа (или его части) с основными фактическими сведениями и выводами.

Написание реферата используется в учебном процессе вуза в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п. С помощью рефератов студент глубже постигает наиболее сложные проблемы курса, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда.

Процесс написания реферата включает:

- выбор темы;
- подбор нормативных актов, специальной литературы и иных источников, их изучение;
- составление плана;
- написание текста работы и ее оформление;
- устное изложение реферата.

Рефераты пишутся по наиболее актуальным темам. В них на основе тщательного анализа и обобщения научного материала сопоставляются различные взгляды авторов и определяется собственная позиция студента с изложением соответствующих аргументов.

Темы рефератов должны охватывать и дискуссионные вопросы курса. Они призваны отражать передовые научные идеи, обобщать тенденции практической деятельности, учитывая при этом изменения в текущем законодательстве. Рекомендованная ниже тематика рефератов примерная. Студент при желании может сам предложить ту или иную тему, предварительно согласовав ее с научным руководителем.

Реферат, как правило, состоит из введения, в котором кратко обосновывается актуальность, научная и практическая значимость избранной темы, основного материала, содержащего суть проблемы и пути ее решения, и заключения, где формируются выводы, оценки, предложения.

Объем реферата - от 5 до 15 машинописных страниц.

Содержание реферата студент докладывает на семинаре, кружке, научной конференции. Предварительно подготовив тезисы доклада, студент в течение 7-10 минут должен кратко изложить основные положения своей работы. После доклада автор отвечает на вопросы, затем выступают оппоненты, которые заранее познакомились с текстом реферата, и отмечают его сильные и слабые стороны. На основе обсуждения студенту выставляется соответствующая оценка.

11. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) включают;

- технические средства: компьютерная техника и средства связи (персональные компьютеры, проектор, интерактивная доска, видеокамеры, акустическая система);

- методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов, компьютерный лабораторный практикум);
- перечень и Интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы, электронная почта, профессиональные, тематические чаты и форум, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии и справочники; электронные учебные и учебно-методические материалы);
- перечень программного обеспечения (системы тестирования, персональные пакеты прикладных программ, программы-тренажеры, программы-симуляторы);
- перечень информационных справочных систем (ЭБС Книгафонд, «Консультант»).

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для материально-технического обеспечения дисциплины необходимы следующие средства:

- компьютерные классы для работы с учебно-методическими комплексами с доступом в Интернет;
- проектор, совмещенный с ноутбуком, для использования электронной версии учебник, подготовленной преподавателями кафедры.

Отдельные лекции и практические занятия проводятся с использованием вспомогательных средств: раздаточных материалов, слайдов, мультимедийных презентаций.

13. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению 38.03.01 «Экономика» реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных методов. В процессе преподавания дисциплины предусмотрено использование следующих активных форм обучения:

- проведение деловых игр во время практических занятий;
- разбор конкретных ситуаций на семинарских занятиях (например, моделирование ситуации поведения потребителя при различных изменениях рыночной конъюнктуры - цен, доходов и пр.);
- организация различных форм проведения дискуссий (круглых столов и т.д.);
- использование электронных обучающих материалов (лекций) с последующим обсуждением их содержания на занятиях.

В процессе преподавания дисциплины предусмотрено использование следующих интерактивных методов обучения:

- деловая игра – метод имитации (подражания) принятия решения студентами в искусственно созданной ситуации с помощью консультации преподавателя;
- ситуационный анализ (кейс-стади) – способ проверки знаний, позволяющий в условной обстановке решать конкретные реальные задачи. Одной из целей решения ситуационных заданий является выработка у обучаемых навыков в решении конкретных ситуаций;

- коллоквиум – форма учебного занятия, в ходе которого преподаватель контролирует усвоение студентами сложного лекционного курса, а также процесс самостоятельной работы студентов в течение семестра. На коллоквиум выносятся узловые, спорные или особенно трудные темы, а также самостоятельно изученный студентами материал. Он позволяет систематизировать знания;

- круглый стол - наиболее эффективный способ для обсуждения острых, сложных и актуальных вопросов, обмена опытом и творческих инициатив. Идея круглого стола заключается в поиске решения по конкретному вопросу, а также в возможности вступить в научную дискуссию по интересующим вопросам;

- дискуссия – обсуждение какого-либо вопроса с намерением достичь взаимоприемлемого решения. Дискуссия является разновидностью спора, близка к полемике, и представляет собой серию утверждений, по очереди высказываемых участниками.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью программы, особенностью контингента обучающегося и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 20 % аудиторных занятий.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций и ООП ВО по направлению подготовки 38.03.01 - «Экономика», профилю «Мировая экономика».

Составитель: к.э.н., доцент Джамилев М.Р., ст. препод. Агаев К.С.

Рецензент: к.э.н., доцент Ибрагимов М.А.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета филиала от 19.03.2015г., протокол № 06.