

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева»

Е.В. Слесаренко

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Рекомендовано в качестве методических указаний
для самостоятельной работы
учебно-методической комиссией специальности
080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Кемерово 2012

Рецензенты:

Мамзина Т.Ф., к.э.н., доцент
ФИО, должность

кафедры

«Финансы и кредит»
наименование кафедры

Кучерова Е.В., председатель

УМК специальности

080109

ФИО, член УМК или председатель

код и наименование

«Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
специальности или направления подготовки

Слесаренко Екатерина Владимировна. Ценообразование: методические указания для самостоятельной работы [Электронный ресурс] : для студентов очной формы обучения специальности 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / Е.В. Слесаренко – Электрон. дан. – Кемерово : ГУ КузГТУ, 2012. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM) ; зв. ; цв. ; 12 см. – Систем. требования : Pentium IV ; ОЗУ 8 Мб ; Windows 95 ; (CD-ROM-дисковод) ; мышь. - загл. с экрана.

Методические указания для самостоятельной работы включают цели и задачи курса, распределение часов самостоятельной работы по видам, список учебно-методических материалов, задания для самостоятельной работы, выполнение которых в указанном порядке обеспечивает усвоение основ курса. Типы заданий охватывают ряд основных тем, читаемых в курсе «Ценообразование». Целью самостоятельной работы является овладение навыками количественного анализа экономических операций теоретического и практического характера.

© ГУ КузГТУ
© Слесаренко Е.В.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Для закрепления теоретических знаний в сфере ценообразования в организациях, выработки практических навыков формирования эффективной ценовой политики, стратегии и тактики организации с учетом стоящих перед ней задач, тенденций рынка, действующего законодательства студентами по дисциплине «Ценообразование» в соответствии с учебным планом специальности 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» предусмотрено выполнение самостоятельной работы, включающей изучение литературных источников, в том числе публикаций периодических изданий, нормативных документов органов государственной власти, местного самоуправления.

Цель самостоятельной работы студентов – получить новые знания в области ценообразования в организациях для дальнейшего изучения специальных дисциплин, выполнения курсовых работ, а также в практической деятельности по избранной специальности.

Задачи самостоятельной работы:

- 1) систематизировать знания в области формирования цен в рыночных условиях;
- 2) детально изучить вопросы, связанные с методами ценообразования, порядком разработки ценовой политики, стратегии и тактики предприятия; действующей нормативной базой по вопросам формирования и применения цен;
- 3) получить представление о специфических вопросах ценообразования в организациях;
- 4) углубить знания по дисциплине, полученные в ходе изучения лекционного материала.

2. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Распределение часов самостоятельной работы студентов осуществляется в соответствии с таблицей 1.

Таблица 1 – Содержание самостоятельной работы студентов

Вид самостоятельной работы студентов	Кол-во часов
1. Подготовка к практическим занятиям	5
2. Написание реферативных работ	5
3. Проанализировать динамику цен промышленных и потребительских товаров по субъектам РФ за предыдущий год	4
4. Провести сравнительный анализ административно-командного и рыночного ценообразования	8
5. Проанализировать состав и структуру себестоимости по форме отчетности	8
6. Разработать ценовую стратегию и тактику на примере конкретной организации	10
ИТОГО	40

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. СПИСОК ОСНОВНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Герасименко, В.В. Ценообразование : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 521600 «Экономика» / В.В. Герасименко. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 422 с.

2. Салимжанов, И.К. Ценообразование : учебник для экон. специальностей вузов / И.К. Салимжанов. – М.: КноРус, 2007. – 304 с.

3. Цены и ценообразование : учебник для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям / под ред. В. Е. Есипова. – СПб.: Питер, 2007. – 560 с.

4. Деева, А.И. Ценообразование : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности 080502 «Экономика и упр. на предприятии (по отраслям)» / А.И. Деева. – М.: КноРус, 2011. – 360 с.

3.2. СПИСОК ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

5. Баздникин, А. С. Цены и ценообразование : учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по специальностям «Финансы и кре-

дит», «Бухгалтерский учет, анализ, аудит» [Текст] / А. С. Базданикин. – М. : Юрайт, 2008.

6. Маховикова, Г. А. Ценообразование : практикум [Текст] / Г. А. Маховикова, И. А. Желтякова, Н. Ю. Пузыня. – М. : Эксмо, 2009.

7. Шуляк, П. Н. Ценообразование : учеб.-практ. пособие [Текст] / П. Н. Шуляк. – М. : Дашков и К*, 2007.

8. Практикум по ценообразованию : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Антикризисное управление» и др. экон. специальностям / под ред. М. М. Бутаковой. – М.: КноРус, 2008. – 296 с.

9. Журналы «Финансовый директор», «Финансы», «Деловой Кузбасс»; газеты «Российская газета», «Финансовая газета»; статистические сборники по России и Кузбассу.

4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

Формы контроля знаний студентов в ходе изучения дисциплины «Ценообразование»:

– текущий контроль – оценка уровня подготовки студента в процессе проведения преподавателем практических занятий путем опроса по лекционному материалу и дополнительной литературе, а также на основе проведения контрольных работ после изучения каждой темы в форме тестов, заданий, вопросов, задач;

– промежуточный контроль (для выставления контрольных точек в рейтинговой системе студентов) – выполнение самостоятельной работы в форме заданий (п. 5 методических указаний);

– итоговый контроль – зачет, выставляемый по итогам контрольных точек.

5. ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Промежуточный контроль знаний студентов проводится в письменной форме и включает 4 самостоятельные работы, представленные в таблице 2.

Таблица 2 – Содержание самостоятельной работы студентов для проведения промежуточного контроля знаний

Но- мер рабо- ты	Содержание работы	Срок сдачи рабо- ты на про- верку
1	Проанализировать динамику цен промышленных и потребительских товаров по субъектам РФ за предыдущий год. По результатам расчетов сделать выводы.	за неделю до выставления первой контрольной точки
2	Провести сравнительный анализ административно-командного и рыночного ценообразования (приложение 1). По результатам анализа сделать выводы.	за неделю до выставления второй контрольной точки
3	По приведенным в приложении 2 данным проанализировать состав и структуру себестоимости (по элементам затрат), полученные данные оформить в таблицу. По результатам расчетов сделать выводы, предложить пути снижения затрат.	за неделю до выставления третьей контрольной точки
4	На основе данных, представленных в приложении 3 разработать ценовую стратегию и тактику на примере конкретной организации	за неделю до выставления четвертой контрольной точки

Самостоятельные работы выполняются в тетрадях или на листах формата А4 рукописным или печатным способом. Если работа выполняется на листах формата А4, ее необходимо скрепить. Страницы работы нумеруются.

На титульном листе контрольной работы необходимо указать: название учебного заведения, кафедры, наименование дисциплины, тему и номер самостоятельной работы, фамилию и инициалы студента, фамилию и инициалы преподавателя, город и год выполнения самостоятельной работы.

Самостоятельные работы подлежат сдаче на проверку преподавателю в сроки, указанные в таблице 2.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Таблица – Исходные данные для анализа

Критерии	Административно-командное ценообразование	Рыночное ценообразование
1. Краткая характеристика		
2. Принципы и методы установления цен		
3. Степень вмешательства государства в установление и регулирование цен		
4. Примеры стран или исторических периодов		
5. Достоинства		
6. Недостатки		

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Форма 0710005

Расходы по обычным видам деятельности
(по элементам затрат), млн. руб.

Показатель		За отчет- ный пери- од	За преды- дущий пе- риод
наименование	код		
1	2	3	4
Материальные затраты	710	10802	17165
Затраты на оплату труда	720	5442	5472
Отчисления на социальные нужды	730	1959	1948
Амортизация	740	469	476
Прочие затраты	750	1151	991
Итого по элементам затрат	760	19822	26052
Изменение остатков (прирост [+], уменьшение [-]): незавершенного производства	765	0	0
расходы будущих периодов	766	0	0
резервы предстоящих расходов	767	0	0

Таблица – Результаты расчета

Показатель, млн. руб.	За от- четный период, млн. руб.	Уд. вес, %	За преды- дущий период, млн. руб.	Уд. вес, %	Абсолютное отклонение, млн. руб.	Темп роста, %
Материальные затраты						
Затраты на оп- лату труда						
Отчисления на социальные ну- жды						
Амортизация						
Прочие затраты						
Итого по эле- ментам затрат						

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Таблица – Информационно-логическая схема разработки стратегии ценообразования

Этапы	Мероприятия	Основные вопросы
1. Сбор исходной информации	Оценка затрат	<p>Какие затраты при изменении объемов продаж будут изменяться?</p> <p>При каком изменении объемов продаж могут измениться условно-постоянные затраты и на сколько существенно?</p> <p>Какие постоянные затраты являются предотвратимыми (возвратными) по отношению к анализируемому решению?</p>
	Уточнение финансовых целей	<p>Какой минимальный уровень прибыльности необходимо обеспечить от продажи анализируемых товаров?</p> <p>Какие финансовые цели стоят перед организацией?</p>
	Определение потенциальных покупателей	<p>Какова экономическая ценность данного товара для покупателей?</p> <p>Какие факторы кроме экономической ценности товара могут повлиять на чувствительность покупателей к уровню цены?</p> <p>Каким образом экономическая ценность и прочие факторы делят покупателей на отдельные сегменты?</p> <p>Можно ли методами маркетинга повлиять на готовность покупателей платить за товар предпочитаемую цену и как это сделать наиболее эффективно?</p>
	Уточнение маркетинговой стратегии	<p>Должны ли цены решать задачу обеспечения проникновения на новый рынок?</p> <p>Должны ли цены способствовать развитию рынка путем привлечения к покупке товара новых категорий клиентов?</p> <p>Должны ли цены ориентироваться на большую сегментацию рынка и обеспечение более полного удовлетворения запросов?</p>

	<p>Определение потенциальных конкурентов</p>	<p>Какие организации являются или могут стать основными конкурентами на данном рынке? Каковы номинальные цены существующих конкурентов и насколько они отличаются от цен реальных сделок?</p>
<p>2. Стратегический анализ</p>	<p>Финансовый анализ деятельности</p>	<p>Какова удельная и общая прибыль от продаж данного товара? На сколько должен возрасти объем продаж при снижении цены, чтобы прибыль увеличилась? Какое снижение объема продаж допустимо при повышении цены? Какой прирост объема продаж необходим для компенсации приростных условно-постоянных затрат, связанных с данной стратегией?</p>
	<p>Сегментный анализ рынка</p>	<p>Как можно заблаговременно определить состав покупателей в разных сегментах рынка? Как можно возвести границы между отдельными сегментами, чтобы установить дифференцированные цены? Не будет ли дифференцированное ценообразование противоречить закону?</p>
	<p>Анализ конкуренции в условиях конкретного рынка</p>	<p>Каких объемов продаж и прибыльности может достичь организация с учетом возможных реакций конкурентов? Какие возможности воздействия на конкурентов для достижения своих целей имеет организация? Может ли организация повысить гарантированность достижения целей за счет сосредоточения усилий на одних сегментах рынка и ухода с других?</p>

Продолжение табл.

	Оценка влияния мер государственного регулирования на ценообразование	Может ли ценовое регулирование со стороны государства затруднить намеченную стратегию ценообразования? Может ли экономическая политика государства существенно отразиться на положении покупателей и каким образом? Может ли государственное регулирование отразиться на уровне затрат организации? Могут ли произойти изменения в государственном регулировании внешнеэкономической деятельности и как они отразятся на конъюнктуре рынка?
3. Принятие решения	Окончательная стратегия ценообразования	Обобщение результатов анализа и обоснование выбора стратегии из существующих базовых стратегий ценообразования или разработка собственной стратегии