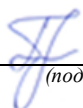


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Кафедра мировой экономики и статистики

УТВЕРЖДАЮ
Декан экономического факультета


(подпись) Д.Ю. Брюханов

«26» апреля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины
«Цены мировых рынков»

Направление подготовки
38.03.01 Экономика

Направленность (профиль)
«Мировая экономика и международный бизнес»

Форма обучения
очная

Программа одобрена
на заседании кафедры
от «5» апреля 2023 г., протокол №7

Программа одобрена НМК
экономического факультета
протокол №6 от «26» апреля 2023 г.

Ярославль

1. Цели освоения дисциплины

Целью дисциплины «Цены мировых рынков» является получение студентами знаний в области обоснования и расчета цены в системе внешнеэкономической деятельности предприятия и организации.

Задачи дисциплины «Цены мировых рынков»:

- изучить теоретические вопросы обоснования и расчета цены, ее верхнего и нижнего пределов;
- дать характеристику системы цен: по функциональному назначению, системе Инкотермс, времени, прохождению товара или услуги от производителя до конечного потребителя, степени устойчивости.
- выделить факторы, влияющие на изменение цен: внешние и внутренние, регулируемые и нерегулируемые;
- определить функции, которые выполняют цены в рыночной экономике;
- дать характеристику методов формирования цен.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Цены мировых рынков» относится к вариативной части Блока 1. Её изучение основано на знаниях, умениях и навыках, полученных студентами в рамках освоения дисциплин: «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Основы статистики», «Финансы», «Мировая экономика», «Международные рынки товаров и услуг». Освоение этих курсов, с одной стороны подготавливает слушателей к восприятию дисциплины экономика организации, а с другой стороны, дополняет и углубляет и конкретизирует знания, навыки и умения, полученные ими в процессе их изучения, что позволяет студентам выстроить целостную систему экономических знаний по формированию и обоснованию цен экспорта и импорта.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП бакалавриата

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ОП ВО и приобретение следующих знаний, умений, навыков:

Формируемая компетенция (код и формулировка)	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка)	Перечень планируемых результатов обучения
Общепрофессиональные компетенции		
ПК-2 (Ан) Способен готовить аналитические документы о внешних рынках и соответствии продукции организации их требованиям	ПК-2 (Ан)-1.3. Обобщает, анализирует, проводит исследований ценообразования на мировых рынках	Знать: <ul style="list-style-type: none">- основные методы ценообразования;- функциональное назначение цен мировых рынков, систему факторов, определяющих их уровень в зависимости от вида рынка Уметь: <ul style="list-style-type: none">- исследовать внешние и внутренние факторы, конъюнктура рынка, политика

		<p>правительства, определяющая изменение цен;</p> <p>- использовать стратегии и тактики ценообразования для формирования ценовой политики компании во внешнеэкономической деятельности.</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками расчетов цен в зависимости от технико-экономических факторов, уровня конкуренции на рынке, качества продукции и услуг;</p> <p>- приемами использования основных методов ценообразования.</p>
--	--	---

4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. час.

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов, и их трудоемкость (в академических часах)						Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации (по семестрам) Формы ЭО и ДОТ (при наличии)
			Контактная работа					самостоятельная работа	
			лекции	практические	лабораторные	консультации	аттестационны е испытания		
1	Тема 1. Ретроспектива теории цен	8	4	4				4	диалог-собеседование доклады проверочные материалы в LMS Moodle: - тест для самоподготовки - список докладов для самоподготовки
2	Тема 2. Понятийные основы ценообразования	8	4	4		1		4	диалог-собеседование решение практических (ситуационных) заданий проверочные материалы в LMS Moodle: практические (ситуационные) задачи для самоподготовки

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов, и их трудоемкость (в академических часах)						Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации (по семестрам) Формы ЭО и ДОТ (при наличии)
			Контактная работа					самостоятельная работа	
			лекции	практические	лабораторные	консультации	аттестационны е испытания		
3	Тема 3. Методические и стратегические аспекты ценообразования	8	4	4		1		4	диалог-собеседование решение практических (ситуационных) заданий решение кейсов проверочные материалы в LMS Moodle: практические (ситуационные) задачи для самоподготовки кейсы для самостоятельного решения
4	Тема 4. Понятие и виды цен мирового рынка	8	4	4		1		4	диалог-собеседование доклады проверочные материалы в LMS Moodle: - список докладов для самоподготовки - тест для самоподготовки
5	Тема 5. Особенности формирования цен внешнеторговых сделок и их государственное регулирование	8	4	4		1		6	диалог-собеседование решение практических (ситуационных) заданий решение кейсов проверочные материалы в LMS Moodle: практические (ситуационные) задачи для самоподготовки кейсы для самостоятельного решения
			-	-	-		0,3	5,7	Зачет
	Всего		20	20	-	4	0,3	27,7	

Содержание разделов дисциплины:

Тема 1. Ретроспектива теории цен

Доклассические подходы к обоснованию цены: античный, схоластический, меркантилистский
Теория трудовой стоимости
Теория факторов производства
Теория предельной полезности
Теория спроса и предложения
Теории несовершенной конкуренции
Эволюция теории цен в макроэкономике

Тема 2. Понятийные основы ценообразования

Понятие цены и ценообразования
Функции цены
Структура цены
Система цен
Факторы цен

Тема 3. Методические и стратегические аспекты ценообразования

Понятие и состав методологии ценообразования
Затратные методы ценообразования
Рыночные методы ценообразования
Состав ценовой стратегии
Тактики ценообразования

Тема 4. Понятие и виды цен мирового рынка

Понятие цены мирового рынка
Справочные цены, цены прейскурантов, каталогов, проспектов, цены предложений
Аукционные цены, биржевые цены, цены торгов
Расчётные цены
Цены фактических сделок
Соотношения между различными видами цен

Тема 5. Особенности формирования цен внешнеторговых сделок и их государственное регулирование

Особенности ценообразования в международной торговле
Методы формирования контрактных цен
Формирование цен на экспортируемую продукцию
Формирование цен на импортируемую продукцию
Поправки к ценам на экспортируемую и импортируемую продукцию
Влияние базисных условий поставки на цену товара
Таможенные платежи в составе внешне торговых цен
Обоснование контрактных цен на базе конкурентных материалов
Государственное регулирование экспортных и импортных цен в РФ

5. Образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

Академическая лекция – последовательное изложение материала преподавателем, рассмотрение теоретических и методологических вопросов дисциплины в логически выдержанной форме. В процессе лекции преподаватель стимулирует студентов к участию

в обсуждении вопросов и высказыванию собственной точки зрения обсуждаемой проблематики. Цели и требования к академической лекции: современный научный уровень, информативность, системное освещение ключевых понятий и положений по соответствующей теме, обзор и оценка существующей проблематики, дача методических рекомендаций студентам для дальнейшего изучения курса.

Практическое (семинарское) занятие – занятие, посвященное практической отработке у студентов конкретных умений и навыков при изучении дисциплины, закреплению полученных на лекции знаний и оценке результатов обучения в процессе текущего контроля.

На первом практическом занятии в вводной части дается первое целостное представление о дисциплине. Студенты знакомятся с назначением и задачами дисциплины, её ролью и местом в образовательной программе. При этом озвучиваются методические и организационные особенности работы в рамках данной дисциплины, а также дается анализ рекомендуемой учебно-методической литературы. Продолжительность вводной части составляет не более 10-15 минут.

При проведении практических занятий используются такие инновационные методы обучения, как диалог-собеседование, коллективное обсуждение тематических вопросов, разбор практических ситуаций, нормативных документов, теоретических и методических аспектов по темам дисциплины. Обсуждение и оценка правильности выполненных различного типа заданий, указанных в фонде оценочных средств рабочей программы, производится коллективно студентами под руководством преподавателя.

Консультации – вид учебных занятий, являющиеся одной из форм контроля самостоятельной работы студентов в течение семестра. На консультациях по инициативе студентов рассматриваются и обсуждаются различные вопросы тематики дисциплины, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

В процессе обучения используются следующие технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии:

Электронный университет Moodle ЯрГУ, в котором присутствуют:

- задания для самостоятельной работы обучающихся по темам дисциплины;
- средства текущего контроля успеваемости студентов (тестирование);
- презентации и тексты лекций по темам дисциплины;
- представлен список учебной литературы, рекомендуемой для освоения дисциплины;
- представлена информация о форме и времени проведения консультаций по дисциплине в режиме онлайн;
- посредством форума осуществляется синхронное и (или) асинхронное взаимодействие между обучающимися и преподавателем в рамках изучения дисциплины.

6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

1) для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине:

- программы Microsoft Office;
- Adobe Acrobat Reader DC.

7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

Автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT»
http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости), рекомендуемых для освоения дисциплины

а) основная литература

1. Липсиц, И. В. Ценообразование : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 334 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15429-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/506813> (дата обращения: 30.01.2022).

2. Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для вузов / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11197-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493277> (дата обращения: 30.01.2022).

б) дополнительная литература

1. Липсиц, И. В. Ценообразование. Практикум : учебное пособие для вузов / И. В. Липсиц. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02867-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489349> (дата обращения: 30.01.2022). Липсиц, И. В.

2. Ценообразование : учебное пособие для прикладного бакалавриата / И. В. Липсиц. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 160 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-5906-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448033> (дата обращения: 30.01.2022).

3. Ценообразование : учебник и практикум для вузов / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 437 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04530-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489051> (дата обращения: 30.01.2022).

в) ресурсы сети «Интернет»:

1. Электронный каталог Научной библиотеки ЯрГУ
(https://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php).

2. Электронная библиотечная система (ЭБС) издательства «Юрайт» (<https://www.urait.ru>).

3. Электронная библиотечная система (ЭБС) издательства «Проспект» (<http://ebs.prospekt.org/>).

4. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://elibrary.ru>)

5. Сайт по вопросам бухгалтерского учета www.audit-it.ru

6. Сайт по вопросам бухгалтерского учета [Сайт www.klerk.ru](http://www.klerk.ru)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа;
- учебные аудитории для проведения практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ЯрГУ.

Автор: доцент кафедры мировой экономики
и статистики, к.э.н.

_____ Каплина О.В.

**Приложение №1 к рабочей программе дисциплины
«Цены мировых рынков»**

**Фонд оценочных средств
для проведения текущей и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине**

**1. Типовые контрольные задания или иные материалы,
необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности,
характеризующих этапы формирования компетенций**

**1.1 Контрольные задания и иные материалы,
используемые в процессе текущей аттестации**

Тема 1. Ретроспектива теории цен

(Компетенция ПК-2 (Ан), индикатор ПК-2 (Ан)-1.3.)

Вопросы для диалога-собеседования (для очной формы обучения)

Доклассические подходы к обоснованию цены: античный, схоластический, меркантилистский

Теория трудовой стоимости

Теория факторов производства

Теория предельной полезности

Теория спроса и предложения

Теории несовершенной конкуренции

Эволюция теории цен в макроэкономике

Доклады к теме 1.

Античные подходы к обоснованию цены: взгляды Аристотеля

Аспекты ценообразования в римском праве

Понятие справедливой цены в средневековой схоластике

Понятие справедливой цены у каноников Саламанкской Школы (Университет Саламанки, Испания)

Особенности меркантилистских воззрений о природе цены

Теория трудовой стоимости о природе цены: взгляды Пьера Буагильбера, Ричарда Кантильона, Уильяма Петти, Анны Тюрго)

Взгляды Адам Смита на природу цены

Взгляды Давид Рикардо, Карл Маркс, Фридрих Энгельс, критика смитианского подхода

Теория факторов производства: взгляды Ж. Б. Сэя, Н. У. Сениора, теория «отсрочки» Ф. Бастиа, Р. Торренса, Дж. С. Милля, Дж. Мак-Куллоха

Вклад в развитие теории цен внесла «австрийская школа»: Карл Менгер, Фридрих фон Визер, Евгений Бём-Баверк

Теория спроса и предложения: взгляды А. Маршалла на цену

Воззрения цен в условиях несовершенной конкуренции: взгляды Э. Чемберлина (неоклассицизм) и Дж. Робинсон

Теория цены в кейнсианстве

Теория цены в монетаризме

Тест для самоподготовки (примерные вопросы) к теме 1

1. Концептуальной основой ценообразования являлся поиск справедливой цены в таких

учениях, как: (выберите все верные ответы)

- ☐ в древнегреческой философии
- ☐ в средневековой схоластике
- ☐ в римском праве и философии
- ☐ в меркантилизме
- ☐ в теории трудовой стоимости

2. В состав справедливой цены предлагал включать надбавку, учитывающую статус продавца:

- ☐ Аристотель
- ☐ Аврелий Августин
- ☐ Фома Аквинский
- ☐ Бартоло да Сассоферрато
- ☐ Луис де Молина

3. Утверждение, что источником богатства является избыток цены над издержками, принадлежит:

- ☐ Аристотелю
- ☐ Аврелию Августину
- ☐ Фоме Аквинскому
- ☐ меркантилистам

4. Выберите неверное утверждение относительно догмы Смита:

- ☐ отправная точка для построения модели – сфера обращения
- ☐ Давид Рикардо был согласен с догмой Смита
- ☐ Карл Маркс критиковал догму Смита
- ☐ Смит исключал из анализа непроизводительную сферу
- ☐ Смит не учитывает стоимость средств производства, созданная трудом прошлых лет

5. В формуле стоимости К. Маркса $c+v+m$, $c+v$ - это:

- ☐ затраты овеществлённого труда
- ☐ оплата труда наёмных рабочих
- ☐ переменные и постоянные издержки
- ☐ прибавочная стоимость
- ☐ издержки предпринимателя

6. Утверждение, что цена массовых товаров зависит не столько от их субъективной ценности для потребителя, сколько от объективной стоимости (средних затрат рабочего времени) для производителя, характерно для:

- ☐ меркантилистов
- ☐ физиократов
- ☐ теории трудовой стоимости
- ☐ теории факторов производства
- ☐ теории предельной полезности

7. Практическая ценность теории предельной полезности заключается в том, что (выберите все верные ответы)

- ☐ кривые безразличия позволяют точно определить цену
- ☐ в практическом ценообразовании важно учитывать степень насыщения потребления теми или иными благами, а также масштабы и динамику доходов покупателей
- ☐ покупательские мотивы, психологию ценовосприятия следует рассматривать в качестве важного ценообразующего фактора

- точность аналитических средств
- при определении цен учёт преимущественно интересов производителя

Изучение закономерности определения цены на отдельных частных рынках как фокус исследования характерен для:

- Ойгена фон Бём-Баверка
- Альфреда Маршалла
- Адама Смита
- Карла Менгера
- Карла Маркса

В маршаллианской концепции цены рассматривался рынок:

- совершенной конкуренции
- монополистической конкуренции
- олигополии
- монополии
- все указанные рынки

Эффект, который, например, проявляется в установлении скидок за разный объём покупки, был проанализирован:

- Фридрихом фон Визером
- Эдвардом Чемберлином
- Джоан Робинсон
- Ойгеном фон Бём-Баверком
- Карлом Менгером

Ключ к тесту

1	2	3	4	5
древнегреческой философии в средневековой схоластике в римском праве и философии	Фома Аквинский	Меркантилистам	Давид Рикардо был согласен с догмой Смита	издержки предпринимателя

6	7	8	9	10
теории трудовой стоимости	в практическом ценообразовании важно учитывать степень насыщения потребления теми или иными благами, а также масштабы и динамику доходов покупателей покупательские мотивы, психологию ценовосприятия следует рассматривать в качестве важного ценообразующего фактора	Альфреда Маршалла	совершенной конкуренции	Джоан Робинсон

Тема 2. Понятийные основы ценообразования

Понятие цены и ценообразования

Функции цены
Структура цены
Система цен
Факторы цен

Практические (ситуационные) задания к теме 2

Задача 1. После косметического ремонта на складе предприятия остались запасы краски, которые было решено продать. Закупочная цена краски (без НДС) составляла 90 руб. за банку в 1.5 кг. По какой цене продавать краску стороннему покупателю, своему работнику, VIP- менеджеру, если накладные расходы берутся по коэффициенту 1.22, рентабельность основной продукции -17%. Цена аналогичной краски на рынке составляет 115 руб. за кг, включая НДС.

Задача 2. Затраты предприятия по производству автомобиля мощностью 100 л.с. составили 439 тыс. руб., в том числе материальные 70%. Рентабельность предприятия – 30%. Автомобили закупает оптовая фирма и накладывает наценку в 12%, которая передает в розничную торговлю. Последний делает наценку в 19%. Акциз на автомобиль взимается по уровню 13 руб. за одну л.с. По этим данные рассчитайте производственную, оптовую и розничную цены. Выделите НДС в цене и на каждой стадии прохождения товара. Какой НДС необходимо перечислить в бюджет на каждой стадии прохождения товара.

Задача 3. В базисном году себестоимость изделия составила 805 руб. Рентабельность была 19%, акциз -12%, НДС -20%. В отчетном году себестоимость выросла на 4%, рентабельность снизилась на 2 процентных пункта, косвенные налоги остались без изменения. По этим данным выделите все части чистого дохода в каждом году и их изменения. Укажите факторы изменения.

Задача 4. Затраты по добыче 1 тонны угля составили 350 руб. при рентабельности 14% Затраты по перевозке одной тонны угля составили 50 руб.(без НДС) при рентабельности 16%. Уголь сжигается на электростанции, составляя 65% ее прямых затрат. Коэффициент накладных расходов станции равен 1.2. Рентабельность электростанции составляет 23%. Из тонны угля производится в среднем 300 квт.-ч. электроэнергии. Установленный тариф для населения 2.5 руб. за кВтч. Рассчитай те цену производства одного кВтч. Может ли электростанция претендовать на дотацию? Если да, то рассчитайте ее размер.

Задача 5. Горнорудное предприятие может изготавливать из отходов 200 тыс. тонн гравия в год. Общие затраты по их производству составят 80 млн. руб. Коэффициент накладных расходов – 1.3. Рентабельность основной продукции 20%. Потребность региона в гравии составляет 1100 тыс. тонн. Специализированное предприятие покрывает ее на 85% и имеет цену 1050 руб. за тонну, включая НДС. Рассчитайте проект цены для завоевания свободной ниши и расширения ее.

Задача 6. По предприятию имеются данные по тем изделиям за месяц

Показатели	А	Б	В	Комплексные расходы
Прямые материальные Затраты (руб.)	500	300	100	X
Прямые затраты труда (руб)	200	400	80	X
Объем выпуска (шт.)	600	800	1000	X
Итого прямые затраты	700	700	180	X

Стоимость всех материальных затрат (тыс. руб.)	300	240	100	X
Стоимость всех затрат труда (тыс. руб.)	120	320	80	X
Расходы по содержанию и Эксплуатации оборудован.	X	X	X	84 (тыс.руб)
Производственные расходы	X	X	X	126 (тыс. руб)
Общехозяйственные расходы	X	X	X	315 (тыс. руб)
Экономические расходы				61 (тыс. руб)
Итого				586 (тысруб)
Цена на рынке (руб.	1300	1250	350	

По этим данным рассчитайте себестоимость каждого вида продукции, распределив комплексные расходы пропорционально прямым материальным затратам. Определите прибыльность каждого вида продукции и общую прибыль от общего выпуска продукции.

Задача 7. На одном промышленном предприятии сложилась следующая структура себестоимости продукции: материальные затраты – 42%, оплата труда с начислениями – 30%, амортизация – 12%, комплексные расходы -16%. При планировании на следующий год было решено повысить материальные затраты на 12%, оплату труда – на 7%, амортизацию взять в том же размере, а комплексные расходы снизить на 5%. По этим данным рассчитайте, на сколько измениться себестоимость продукции в целом.

Задача 8. Ателье производит пошив женских костюмов, данные для расчета прямых затрат следующие:

№ п/п	Наименование Изделия	Затраты ткани в погонных метрах	Доля ткани в общих переменных затратах (%)
1	Пиджак	1.9	79
2	Жилет	1	74
3	Юбка	2.1	65

Цена погонного метра ткани 400 руб. за погонный метр (без НДС). Постоянные затраты одного костюма при выпуске 100 штук костюмов составляла 300 руб. Рентабельность ателье – 17%. Рассчитай цену одного костюма с учетом косвенных налогов. Получит ли ателье дополнительную прибыль, без изменения цены, если выпусти 120 костюмов. Какую вы бы предложили цену каждой составляющей костюма, если продавать их отдельно, при этом постоянные затраты на отдельное изделие распределите пропорционально доли ткани

Задача 9. Предприятие выпускает в месяц 2000 детских автомобилей, хотя производственная мощность позволяет выпускать 3000 штук. Цена автомобиля 5000 руб. за шт., из которой 3000- переменные затраты, 1000 постоянные и 1000 – прибыль. Крупный оптовик сделал заказ еще на 500 автомобилей, но цену назначил 3500 за шт. Стоит ли предприятию принимать его заказ по такой цене или отказаться от его выполнения. Если да, то потерпит ли оно убытки. Сделайте расчет

Задача 10. В производство соковыжималок инвестируется капитал в размере 1 млн. руб. Переменные затраты на производство одной соковыжималки составляют 600 руб. За месяц выпускается 5000 штук, постоянные затраты на этот выпуск составляют 450000 руб.

Какую установить цену соковыжималки, если инвестор хочет окупить вложенный капитал за 3 года и ежегодно получать с него доход в 25%. Определите рентабельность фирмы в новых условиях работы, если у предприятия была рентабельность в 15%

Задача 11. Одно из предприятий решило продать подержанный автомобиль, который был куплен 6 лет назад за 480 тыс. руб. В конце четвертого года была произведена его модернизация, стоимостью 60 тыс. На начало 5-го года была произведена его переоценка по коэффициенту 1.1. Срок его службы 8 лет. Продать его решили в конце 6-го года. Рассчитайте цену продажи, если на рынке подобные автомобили продаются за 160 тыс. руб., включая НДС. Потерпит ли предприятие убыток? Если да, то рассчитайте его величину.

Задача 12. Для фирмы характерны следующие показатели работы за месяц: объем продаж 1200 шт. Отпускная цена за штуку 80 руб. (без косвенных налогов). Удельные переменные затраты на одну штуку 30 руб. Постоянные расходы на весь выпуск 1500. На сколько нужно увеличить объем продаж, чтобы компенсировать 7.5% ценовую скидку, при условии сохранения того же самого уровня прибыли на весь объем выпуска.

Тема 3. Методические и стратегические аспекты ценообразования (Компетенция ПК-2 (Ан), индикатор ПК-2 (Ан)-1.3.)

Вопросы для диалога-собеседования (для очной формы обучения)

Понятие и состав методологии ценообразования

Затратные методы ценообразования

Рыночные методы ценообразования

Состав ценовой стратегии

Тактики ценообразования

Практические (ситуационные) задания к теме 3

Задача 1 Молочный комбинат выпускает в день 600 упаковок сметаны. Себестоимость одной упаковки 30 руб., рентабельность комбината 17%. Руководство комбината решило открыть несколько фирменных магазинов и через них продавать 60% продукции, но тогда себестоимость сметаны возрастает на 4%, а сбыт в магазинах может сократиться на 2%. Рассчитайте, выгодно ли комбинату открывать магазины или продолжать торговать через розничную сеть, где наценки на пачку составляют 14%. Предложите свои варианты, как увеличить доходность молочного комбината.

Задача 2 Обувной магазин решил провести акцию «Обувь для всей семьи» При покупке мужской и женской пар обуви детская обувь дается бесплатно. Закупочная цена мужской обуви 5000 руб., женской – 7000 руб., детской -1500 руб. Средняя торговая наценка по магазину составляет 36%. Определите, по какой цене продавать женскую и мужскую обувь, чтобы компенсировать стоимость детской обуви, распределив ее пропорционально закупочных цен родителей.

Задача 3. Цена старого варианта двигателя составляла 496 тыс. руб., его рентабельность – 22%, мощность двигателя – 240 л.с. После модернизации она выросла на 25%, но себестоимость увеличилась на 9%, а рентабельность снизилась на 3 п.п. По этим данным рассчитайте нижний предел цены. Определите его верхний предел с учетом и без учета коэффициента торможения, который равен 0.5. Выявите факторы изменения верхнего предела цены.

Задача 4. Предприятие решило продавать один из видов молочных продуктов за границу для чего провело сравнительный анализ своего образца с продающимся

С в о й с т в а	И х у р о в е н ь		Значимость (%)
	продающегося	экспортируемого	
Жирность (%)	2.5	3.1	20
Доля наполнителя (%%)	30	15	20
Расфасовка (баллы)	7	5	12
Упаковка (баллы)	9	5	15
Срок хранения (дни)	6	4	20
Аромат (баллы)	5	9	13

Цена продающегося товара 40 центов. В нашей стране себестоимость 7 руб., рентабельность – 20%. Доставка до границы один рубль. Доллар – 60 руб. Стоит ли предприятию выходить на внешний рынок?

Задача 5. На пошив женского костюма 46 размера расходуется 2.9 метра ткани. Цена ткани 320 руб. за метр. Параметрический ряд, построенный в зависимости от площади лекал имеет следующий вид дл 1-го роста:

Размер	42	44	46	48	50	52	54	56	58
Параметрический ряд	0.85	0.92	1	1.07	1.15	1.24	1.34	1.45	1.56

Увеличение роста на одну единицу увеличивает параметрический коэффициент на 0.1 долевого пункта. Стоимость ткани составляет 77% общих затрат на пошив. Стоимость фурнитуры составляет 258 руб. на костюм. Рентабельность фабрики -19%. Рассчитайте цены костюмов 3-его роста каждого размера.

Задача 6. Имеются данные о сравнительных оценках роскошного костюма на подиуме

Оценочные свойства	И х у р о в е н ь в б а л л а х	
	С т а р о г о	Н о в о г о
Качество материала	7	9
Качество пошива	6	7
Соответствие моде	4	8
Оригинальность	5	10
Использование фурнитуры	7	6
Итого	29	40

Стоимость старого образца с учетом индивидуальности равнялась 3457 руб. Используя метод балльных оценок рассчитайте стоимость нового образца, если цена его пошива составлял 2800 руб.

Задача 7. Имеются данные о составе затрат и планируемом из изменении за год

Элементы затрат	Единицы измер.	Уровень	Изменение %
Материальные затраты	Тыс. руб.	40	+ 8
Оплата труда	Тыс. руб.	25	+12%
Социальные выплаты	Проценты	28.5	28.5
Амортизация	Тыс. руб.	15	+ 7
Прочие затраты	Тыс. руб.	25	+10

По этим данные сформируйте возможную цену путем включения инфляции, используя методы: а) метод сохранения прибыли; б) сохранения рентабельности, которая была 19% в) прогнозного включения инфляции, если ее уровень за последние 6 месяцев составил 6.2%, за последние три месяца – 3.1%, а за последние два месяца -2.4% и 1.6%.

Задача 8. Себестоимость 1 банки детской смеси составила 75 руб. рентабельность предприятия 16%. Дневной выпуск 1400 банок. Предприятие решило открыть сеть специальных магазинов и продавать через них 60% объема продукции, но тогда себестоимость банки смеси возрастает на 7%, а продажи могут снизиться на 3%. Рассчитайте, стоит ли предприятию открывать свои магазины или продолжать торговать через розничную торговлю?

Задача 9. Одна из фирм закупила высокопроизводительный современный компьютер по цене 80 тыс. руб. Рентабельность компьютера составляет 15%, рентабельность фирмы -25% компьютер рассчитан на 6 лет работы, но через каждые 2 год, необходимо менять версию. Себестоимость версии, включая ее установку и отладку составляет 12 тыс. руб. Используя тактику убыточного лидера, подсчитайте стоимость каждого пакета версии.

Задача 10. Имеются данные о социальном составе рынка покупателей. Богатые - любители новизны -4%; богатые -12%; зажиточные 18%; средние – 22%; ниже среднего – 28%; Бедные -14%; очень бедные 2%. Фирма закупила партию товара в 400 шт. по цене 620 руб., средняя наценка 18%, которая состоит из 7% -постоянные затраты, 6% -переменные; 5% - прибыль. Максимальная наценка – 60%. Используя тактику ступенчатых цен, рассчитайте уровень цены на каждом сегменте рынка.

Задача 11. Рынок продаж товара «А» объемом 10000 в год разделен между пятью фирмами

№ п/п	Доля рынка (%)	Объем продаж штук	Уровень рентабельности (%)
1	45	4500	36.8
2	25	2500	31.6
3	15	1500	15.8
4	10	1000	10.6
5	5	500	5.2
Итого	100	10000	

Известно, что снижение цены на 1% меняет объем продаж в противоположном направлении на 0.8%. Снижение рентабельности ниже 5% приводит к банкротству фирмы. По этим данным проигrajте два варианта:

- 1) По предложению лидера Фирмы договорились повысить цены на 10%, однако, остальные участники не поддержали лидера;
- 2) Фирмы решили резко снизить цены на 10%, чтобы вытеснить слабейшего.

Кейс 1 по теме 3

Русское мороженое¹

Рынок. Общий объем российского рынка мороженого, по оценкам компании *Intesco Research Group*, составляет около 377 тыс. т продукции ежегодно. Каких-либо существенных изменений на протяжении последних лет на рынке не происходило, а незначительные колебания определялись текущими конъюнктурными факторами (например, кризис или холодное лето). Потребление мороженого в России составляет около 2,7 кг на потребителя в год, что как минимум вдвое ниже европейского уровня, и сейчас приходится четко констатировать факт: современный российский рынок мороженого является зрелым товарным рынком. Источники его возможного роста следует искать в первую очередь в сфере высокой маркетинговой активности производителей. Агрессивный маркетинг на рынке мороженого должен включать в себя постоянные инновации в товарной политике, расширение ассортимента, ежегодное выведение на рынок товаров-новинок, разработку новых форм и упаковки мороженого, естественно, поддерживаемые активным брендингом и продвижением торговых марок.

Всего за 2012 г. было выпущено на 7,1 % больше, чем в 2011 г.. Но в 2013 г. такой тенденции пока не наблюдается, и ожидается повышение темпов роста рынка в пределах инфляции. По итогам 2012 г. по объемам производства лидировал Сибирский федеральный округ, где было выпущено 94 812 т, или 7,7 % общего объема производства. Самые высокие показатели отмечены в Омской и Новосибирской областях, а также в Алтайском крае. В Центральном ФО этот показатель составил 89 250 т (5 %). Наибольший вклад здесь принадлежит Московской, Тульской и Белгородской областям. Приволжский ФО показал результат в 76 150 т (10,6 %). Здесь лидируют производители Нижегородской области и Татарстана. Импорт составляет немногим более 1 %, или порядка 3—5 тыс. т. В основном это продукция, относящаяся к премиальному ценовому сегменту.

Производством мороженого в России, согласно данным Союза мороженщиков России, занимаются около 150 предприятий. Наиболее крупными из них являются: ООО «Имарко» (принадлежит компании *Unilever*); ОАО «Русский холод» (Москва, Алтайский край); ООО «Нестле Россия»; ГК «Талосто» (Санкт-Петербург); ГК «Айсберри» (г. Вологда); ОАО «Челны-Холод» (г. Набережные Челны); холдинг «Снежный городок» (Кемеровская обл.); ГК «АльтерВест» (Москва); ОАО «Белгородский хладокомбинат» (Белгород); ООО «Хладокомбинат № 3» (Екатеринбург); ОАО «Петрохолод» (Санкт-Петербург).

Совокупная доля этих компаний составляет около 60 % общего объема производства, а на ведущую пятерку приходится половина рынка.

На российском рынке мороженого постепенно происходит формирование более жесткой конкурентной среды, а сам рынок постепенно укрупняется, структурируется, на нем наблюдаются процессы слияний и поглощений. На долю десяти ведущих производителей приходится около 70 % рынка, соответственно остальные 30 % распределяются между средними и мелкими региональными производителями.

Уровень и интенсивность конкуренции на российском рынке мороженого дифференцируются в зависимости от продуктового сегмента. Наиболее жесткое конкурентное соперничество характерно для одного из самых динамичных

¹ Источник: Чудесного холода полный сундук. Обзор российского рынка мороженого. Исследования Союза мороженщиков России. URL: <http://www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=1845>; Данные товара: Потенциал рынка мороженого в России. Лилия Хикматуллина, ведущий маркетинговый аналитик *Intesco Research Group*. ИД «Сфера». URL: <http://sfera.fm/articles/potentsial-rynka-morozhenogo-v-rossii>.

сегментов рынка мороженого, выпускаемого в больших брикетах. Достаточно жесткая структурная конкуренция характерна для сегментов мороженого в рожках, в ванночках и мороженого «фруктовый лед». Рынок мороженого в значительной степени подвержен влиянию сезонного фактора и административным вмешательствам в сфере розничных продаж. Сказывается недостаточно развитый сегмент продаж в сети *HoReCa*¹, фирменных торговых каналов, а также малая доля брендированной продукции и частных торговых марок.

Потребление мороженого в России последнее время практически не растет и составляет около 2,7—3 кг на душу населения, что заметно ниже европейского показателя. По данным исследования Российского индекса целевых групп, мороженое потребляет каждый второй россиянин. Доля любителей мороженого уменьшается по мере взросления потребителей. Так, наибольший процент потребителей относится к возрастным группам 10—15 лет и 16—19 лет — соответственно 68 и 57 % опрошенных. Региональная специфика заметна во вкусовых предпочтениях. Так, в Москве, Центральном, Южном и Дальневосточном федеральных округах чаще других выбирают ванильное мороженое, а в Санкт-Петербурге предпочитают крем-брюле. Самым популярным вкусом в Приволжском, Уральском и Сибирском округах является шоколадный, а жители Северо-Западного ФО предпочитают мороженое без добавок.

Самое дорогое сливочное мороженое по итогам 2012 г. продается в розничных сетях Москвы и Чукотского округа. Килограмм холодного лакомства там можно приобрести за 333,6 руб. и 324 руб. соответственно. В целом в период 2006—2012 гг. рост средней стоимости продукции в России составил 212 %: с 101,8 руб./кг в 2006 г. до 216 руб./кг в 2012 г.

Продукт. Со временем привычки россиян меняются. На примере сегмента *HoReCa*, где мороженое как категория десертов стабильно востребовано, можно говорить об увеличении потребления сорбетов, щербетов. Появление такого мороженого, как йогуртное с пробиотиками и пониженным содержанием жира и сахара, несомненно, также обусловлено растущим спросом на «здоровые продукты». Еще несколько лет назад в России было запатентовано мороженое с функциональными свойствами, в состав которого входят молоко, сахар, сливки, стабилизатор, а также бактериальный концентрат «Лактобактерин» и витаминный комплекс.

Итальянцами был предложен замороженный продукт, содержащий йогурт, подслащающее вещество, молочные белки, сливки и жизнеспособные микроорганизмы. В состав мороженого были включены бактерии типа *Lactobacillus reuteri*, *Lactobacillus acidophilus*, *Bifidobacterium*, *Lactobacillus bulgaricus*, *Streptococcus thermophilus*. В Соединенных Штатах Америки официально запатентованы способы производства мороженого с глазурью, содержащей молочнокислые бактерии. В глазурь также могут быть добавлены волокна, которые не перевариваются или перевариваются частично, но могут ферментироваться пробиотическими бактериями и, следовательно, активизировать действие полезных бактерий в организме человека.

Таким образом, в будущем мороженое перестанет восприниматься только как приятное лакомство, а станет также полезной функциональной добавкой к рациону питания человека. И стоит заметить, время инноваций на рынке производства мороженого еще только начинается.

Компания. Хладокомбинат № 4, небольшое предприятие, расположенное в одном из областных центров Центральной России, выпускает стандартный ассортимент мороженого. В этот ассортимент входят традиционные стаканчики,

¹ *HoReCa* — аббревиатура английских слов *Hotel, Restrain, Cafe*.

брикеты и рожки весом от 80 до 120 г. Объем производства мороженого в 2010 г. составлял 10 000 т, в 2011 — 9600 т, а в 2012 — 9400 т. В связи с таким положением дел руководители компании решили видоизменить текущий ассортимент для поддержания реализации. После некоторого обсуждения на предприятии было решено начать производства тортов-мороженого на базе использования старых рецептов с применением крема и шоколада. Торт не будет являться чем-то абсолютно новым, так как компания не обладает технологиями итальянских или американских производителей. Главная идея — это поддержание интереса целевой группы к данному лакомству. Предполагается, что торт будет выглядеть очень красиво за счет кремовых и шоколадных вставок. Использование данных добавок не приведет к увеличению себестоимости продукта, так как все ингредиенты широко используются компанией в данный момент для производства текущего ассортимента мороженого.

На текущий момент стоимость сырья и трудовые затраты на 100 г мороженого составляют 21,8 руб. На покупку дополнительного оборудования потребуется 4 100 000 руб., на маркетинг и торговлю бюджет составит 2 300 000 руб. Срок амортизации основного оборудования составляет пять лет. Предполагается, что новый продукт будет представлять собой прямоугольник, упакованный в картонную коробку, весом 930 г. Дизайн упаковки пока еще не утвержден, так как пока окончательно не решено, как будет позиционироваться новый продукт на рынке. Маркетологи компании предполагают, что целевая группа — дети, семьи с детьми и молодежь должны с интересом встретить данный продукт.

Вопросы для обсуждения

1. Оцените рынок мороженого в России и перспективу его развития.
2. Какие пути повышения потребления мороженого на душу населения можно предложить?
3. Существуют ли перспективы развития у небольших компаний, производителей мороженого?
4. По какой цене хладокомбинату № 4 целесообразно выводить на рынок новый продукт?
5. Какую стратегию ценообразования изберет хладокомбинат № 4 по результатам тестирования рынка?

Кейс 2 по теме 3

Цена вопроса¹

Время — деньги

Владелец финансово-строительной компании «Неон» Михаил Мулин осенью 2011 г. задумал диверсифицировать свой бизнес и решил создать гибридный коворкинг-центр, кафе и места для досуга. В феврале этого года, вложив 100 тыс. долл. в двухмесячную аренду помещения площадью 250 кв. м и закупку оборудования, он открыл на четвертом этаже офисного здания возле метро «Павелецкая» антикафе «Бабочки». Новый термин Мулин придумал сам, выразив в нем суть своего бизнеса. Посетители платят в «Бабочках» не за еду, а за проведенное время — 2 руб. в минуту. На входе клиенты получают электронные карточки, которые фиксируют время. Здесь бесплатно предлагают чай, кофе, сладости, доступ в Интернет, настольные игры. В обычном кафе посетитель может взять чашку кофе (139—220 руб.) и просидеть с ней час. В антикафе он за час заплатит 120 руб., а напиток получит бесплатно.

В день в «Бабочки» приходят около 200 человек — фрилансеры, студенты, офисные сотрудники. Размер среднего чека сопоставим

¹ Мамедова Д., Фуколова Ю. «Секрет фирмы». URL: <http://delovoyimir.biz/ru/columns/1861/>

с фастфудом — 250—300 руб. Размер выручки Мулин не раскрывает, но исходя из трафика «Бабочки» зарабатывают в месяц около 1,8 млн руб. Срок окупаемости бизнеса предприниматель пока назвать не готов, но к концу года планирует разработать инвести-план и продавать франшизу в регионы.

По словам вице-президента по корпоративным коммуникациям холдинга «Росинтер ресторантс» Валерии Силиной, рентабельность антикафе ниже, чем у обычных точек общепита. «Операционные расходы антикафе площадью 300 кв. м (120 посадочных мест) составляют 900 тыс. руб. в месяц, — говорит гендиректор консалтинговой компании Business Hospitality Group Александр Киндеев. — При 10-процентной загрузке и круглосуточной работе выручка составит 1 млн руб. в месяц. Стандартное кафе такой же площади в месяц зарабатывает 2 млн руб., из которых 500 тыс. руб. — чистая прибыль».

Кроме того, «Бабочки» не продают сигареты и алкоголь, чтобы не отпугнуть часть клиентов. «Скорее всего, чтобы повысить рентабельность, антикафе придется вводить меню», — говорит Силина. Мулин так и поступил: недавно он стал предлагать гамбургеры (стоят 120 руб.) и комплексные обеды (200 руб.). Еду можно также принести с собой.

Идея Мулина пришлась по душе и другим предпринимателям. Сейчас в Москве работают уже несколько его последователей — антикафе «Циферблат», «У шляпника», LocalTime, «Зеленая дверь» и др. У некоторых конкурентов стоимость посещения дешевле — 1 руб. в минуту. Однако во всех подобных проектах есть фактор риска — сезонность. В теплое время года и во время вузовских сессий трафик сокращается примерно на треть. Чтобы нивелировать его падение, «Бабочки» стали вводить новые развлечения, причем без дополнительной оплаты: транслировать футбольные матчи, проводить лекции, тренинги, различные конкурсы. В общем, заманив клиентов нестандартным ценообразованием, владельцам антикафе теперь предстоит удерживать своих постояльцев. И здесь потребуются еще большая изобретательность, нежели идея с минутной оплатой.

1. Как называется стратегия ценообразования, рассмотренная в кейсе?
2. Каковы её особенности, достоинства и недостатки?

Кейс 3 по теме 3

Управляющий музыкальным порталом Thank You Аркадий Кулик решил сломать стереотип о любителях халявы. В свое время Аркадий организовывал концерты зарубежных артистов и с проблемой дистрибуции музыки знаком не понаслышке. По данным агентства Intermedia, в 2011 г. объем продаж легальных музыкальных CD и DVD снизился в 2,3 раза по сравнению с 2010 г., до 80 млн долл. Причина очевидна: люди бесплатно скачивают пиратские копии из Интернета. Принцип «плати сколько хочешь», по мнению Кулика, — это самый эффективный способ борьбы с пиратством.

Предприниматель и его партнеры вложили в создание и раскрутку сайта, наем персонала около 2 млн долл. Артисты отдают треки Thank You «на реализацию» и по факту оплаты слушателем получают свой процент от продаж. Размер собственной комиссии Кулик не раскрывает, уточняя, что она сопоставима с комиссией iTunes. То есть примерно он зарабатывает 30% от каждого платежа, остальное получает артист. Сейчас на сайте выложены 21 тыс. треков и 1,1 тыс. клипов от 700 исполнителей, среди которых «Ляпис Трубецкой», «Машина времени», Noize MC, Вася Обломов, группа «Каста». Основная аудитория Thank You — мужчины 18—35 лет.

Клиент может послушать песню на сайте, а чтобы скачать ее, необходимо зарегистрироваться или использовать свой аккаунт в соцсети. После скачивания музыки можно заплатить с помощью SMS, электронных денег или кредитной карточки. Эти деньги сначала попадают на единый счет портала, затем портал переводит их музыканту. У артиста, в свою очередь, есть возможность отслеживать свои поступления. По словам Кулика, ежемесячный трафик портала — 800 тыс. посетителей. Правда, только 300 тыс. являются зарегистрированными, из них за музыку платят всего 1—1,5% клиентов.

«Самый маленький платеж у нас составил 11 коп., самый большой — 20 тыс. руб., — говорит Кулик. — Но средний чек Thank You сейчас составляет 212 руб. — это в 5,5 раза больше, чем на любом музыкальном сайте». Впрочем, гендиректор крупнейшего сайта по продаже легальной музыки Muz.ru Сергей Сичкар отмечает, что на его сайте стоимость одного трека составляет 11—20 руб., альбома — 102 руб. По его мнению, клиенты не готовы платить больше.

Увеличивать доходы Thank You планирует с помощью высокого трафика и продажи рекламы. Сайт продвигает себя в социальных сетях, а с конца мая стал предлагать электронные книги. Сегодня здесь выложены 214 книг от 90 писателей. При посещаемости 1,2 млн человек в месяц Кулик рассчитывает вывести бизнес на самоокупаемость уже к концу этого года. Пока же показатели скромные. Сейчас, по расчетам СФ, объем платежей на сайте Thank You составляет 576 тыс. руб. в месяц, т.е. из этой суммы портал оставляет себе всего 172 тыс. руб.

В музыкальном бизнесе проект Thank You — одна из первых ласточек, предложивших новый подход в ценообразовании. Правда, на момент верстки журнала Кулик вышел из состава учредителей Thank You. Теперь превращать «спасибо» в прибыльный бизнес будет его партнер Алексей Мартынов.

1. Как называется стратегия ценообразования, рассмотренная в кейсе?

2. Каковы её особенности, достоинства и недостатки?

Тема 4. Понятие и виды цен мирового рынка

(Компетенция ПК-2 (Ан), индикатор ПК-2 (Ан)-1.3.)

Вопросы для диалога-собеседования (для очной формы обучения)

Понятие цены мирового рынка

Справочные цены, цены прейскурантов, каталогов, проспектов, цены предложений

Аукционные цены, биржевые цены, цены торгов

Расчётные цены

Цены фактических сделок

Соотношения между различными видами цен

Доклады к теме 4.

Особенности справочных цен на конкретных примерах

Особенности цен прейскурантов на конкретных примерах

Особенности цен каталогов на конкретных примерах

Особенности цен проспектов на конкретных примерах

Особенности цены предложений на конкретных примерах

Особенности аукционных цен на конкретных примерах

Особенности биржевых цен на конкретных примерах

Особенности цены торгов на конкретных примерах

Особенности расчётных цен на конкретных примерах

Особенности цены фактических сделок на конкретных примерах

Тест для самоподготовки (примерные вопросы) к теме 4

1. В качестве мировых цен на продукцию производственно-технического назначения (приборостроение, станки, оборудование) принимаются:

- ☐ цены каталогов торговых фирм
- ☐ внутренние оптовые цены в странах с ёмким рынком
- ☐ биржевые котировки на крупнейших биржах
- ☐ цены основных фирм-производителей

2. Цена-брутто будет являться:

- ☐ трансфертной
- ☐ фактурной
- ☐ дистрибьюторской
- ☐ твёрдой (постоянной)

3. Из справочной системы © КонсультантПлюс, 1992-2023:

В соответствии с пунктом 5.1 договора торговый дом направил в адрес общества заявку от 05.02.2009 N 27/к с указанием отгрузочных реквизитов, объема, способа и сроков отгрузки, по цене 3 990 рублей (с НДС) на условиях "франко-вагон" станция назначения Сыктывкар СКЖД (т. 1, л. д. 28). В качестве способа отгрузки указаны ж/д вагоны типа "зерновоз".

Цена 3990 руб – это цена (выберите правильный вариант ответа):

- ☐ цена-брутто
- ☐ цена-нетто

- ☐ единая цена
- ☐ трансфертная цена
- ☐ рекомендуемая цена
- ☐ гарантированная цена
- ☐ закупочная цена

4. Цена 1000 руб, представленная в данном кейсе, является:

Компания «А» приобрела товар у взаимозависимой компании «Б» за 1000 рублей и реализовала его третьей независимой стороне за 1300 рублей. При этом интервал рентабельности, рассчитанный в порядке предусмотренном ст.105.8 НК РФ, составил 10–15 %.

Для начала определяется показатель валовой рентабельности по сделке:

$$(1300 - 1000) / 1300 \times 100 = 23.08\%$$

Таким образом, валовая рентабельность, исходя из цены последующей реализации, выше максимального значения рыночного интервала рентабельности.

В этом случае цена покупки товара в контролируемой сделке составит для целей налогового контроля

$$1300 - (1300 \times 15\%) = \\ = 1105 \text{ рублей.}$$

Вывод: *Поскольку, расчетная цена товара выше, чем фактически уплаченная при покупке, то корректировка налоговой базы Компании А не производится на основании п. 7 ст. 105.10 НК РФ.*

- ☐ трансфертной ценой
- ☐ рекомендуемой ценой
- ☐ гарантированной ценой
- ☐ закупочной ценой
- ☐ оптовой ценой


5. Цены, указанные в данной таблице, являются:

 А.А.Марченко
06.06.2019

Цена
на путевки с проживанием, диетическим питанием и
комплексом медицинских услуг с 08.07.2019
санатория "Железнодорожник"
УП "Витебское отделения Белорусской железной дороги"

Категория номера	Цена одного койко-дня на одного человека, руб.	
	Для резидентов РБ	Для нерезидентов РБ
Путевка с проживанием, комплексом медицинских услуг и диетическим питанием в номер первой категории твин (twin room)	64,00	65,00
Путевка с проживанием, комплексом медицинских услуг и диетическим питанием в номер первой категории сингл (single room)	70,00	75,00
Путевка с проживанием, комплексом медицинских услуг и диетическим питанием в номер высшей категории люкс (lux)	74,69	80,00
Путевка с проживанием, комплексом медицинских услуг и диетическим питанием в номер высшей категории люкс (lux) (лечебный корпус)	95,00	105,00
Путевка с проживанием, комплексом медицинских услуг и диетическим питанием в номер высшей категории апартамент (apartment)	100,00	110,00
Путевка с проживанием, комплексом медицинских услуг и диетическим питанием на дополнительное место в номер первой категории	51,98	55,00
Путевка с проживанием, комплексом медицинских услуг и диетическим питанием на дополнительное место в номер высшей категории	61,56	63,00
Путевка с комплексом медицинских услуг и диетическим питанием (без проживания)	50,50	53,00
Путевка с комплексом медицинских услуг (без проживания и диетического питания)	31,50	35,00

Экономист

 Ю.В.Артюховская

- ☐ базисной ценой
- ☐ рекомендуемой ценой
- ☐ гарантированной ценой
- ☐ закупочной ценой
- ☐ расчётной ценой
- ☐ оптовой ценой
- ☐ фактической ценой сделки
- ☐ преysкурантной ценой

Ключ к тесту

1	2	3	4	5
цены основных фирм-производителей	Фактурной	цена-брутто	трансфертной ценой	прейскурантной ценой

Тема 5. Особенности формирования цен внешнеторговых сделок и их государственное регулирование
(Компетенция ПК-2 (Ан), индикатор ПК-2 (Ан)-1.3.)

Вопросы для диалога-собеседования (для очной формы обучения)
Особенности ценообразования в международной торговле
Методы формирования контрактных цен
Формирование цен на экспортируемую продукцию
Формирование цен на импортируемую продукцию
Поправки к ценам на экспортируемую и импортируемую продукцию
Влияние базисных условий поставки на цену товара
Таможенные платежи в составе внешне торговых цен
Обоснование контрактных цен на базе конкурентных материалов
Государственное регулирование экспортных и импортных цен в РФ

Практические (ситуационные) задания к теме 5

Задача 1. Фермерский кооператив закупил в Германии трактор за 2000 тыс. евро. К нему имеется 5 навесных орудий себестоимость которых в евро: 1 – 5000; 2 – 10000; 3 – 7000; 4 – 20000; 5 – 1500. Рентабельность предприятия – 20%. Рентабельность навесных орудий может быть увеличена до 40%. По этим данным рассчитайте цены трактора при различных вариантах комплектации: а) трактор и 1-е навесное орудие; б) трактор и 1 и 2 навесные орудия; в) трактор и 1.2.3 навесные орудия; г) трактор и все навесные орудия, если 5 орудие будет дано бесплатно.

Задача 2. Покупатель закупил партию помидоров из Узбекистана в 400 кг по цене 20 руб. за кг. Он сделал на нее наценку в 45%, наценка в его магазине составляет 28%. Однако было продано лишь 40% партии, когда он заметил, что начинается процесс гниения. Появилась возможность закупить 300 кг винограда по цене 50 руб. за кг. Используя тактику быстрой компенсации затрат обоснуйте снижение цены на помидоры и рассчитайте проект цены на виноград

Задача 3. Частный предприниматель закупил в Турции 40 кожаных курток в среднем за 50 долларов за куртку. Таможенные платежи и доставка курток до областного центра составила 30% от стоимости куртки. На рынке в месяц в среднем продается 400 подобных курток и цена колеблется от 15000 до 20000 руб. за штуку. Какую цену назначить за куртку, если увеличения предложения снижает цену на 2%, что приводит к увеличению спроса на 3.5%. Курс доллара примите в 60 руб.

Кейсы к теме 5

Кейс 1. «УСЛОВИЯ FCA С ДОВОЗОМ»

1. Ситуация

Российская компания А, находящаяся в г. Москве, заключила договор на поставку бакалейных товаров (растительное масло, крупы в пакетиках) в Китай, с компанией В. В качестве условия поставки сторонами было согласовано использование термина FCA - Ногинск. Для уточнения места поставки был выбран консолидационный склад в Московской области, в г. Ногинске, на который иностранный покупатель планировал осуществить загрузку еще одной части груза. В целях расширения своего рынка сбыта и необходимости привлечения новых покупателей российский продавец согласился довести свою продукцию до указанного склада.

В соответствии с достигнутыми договоренностями российский продавец поставил партию на консолидационный склад в г. Ногинске, проинформировав Покупателя о времени прибытия и номере транспортного средства.

2. Проблема

Прибыв в согласованное место поставки, Перевозчик Продавца столкнулся с невозможностью передать товар Покупателю.

Представитель Покупателя отказался принять груз, находящийся в транспортном средстве Продавца, требуя, чтобы была осуществлена выгрузка товара на консолидационный склад, так как транспортное средство, которое будет осуществлять международную перевозку, еще не прибыло.

3. Задача

- 1) Должен ли был Продавец соглашаться на осуществление довоза товара до консолидационного склада в г. Ногинске, или он должен был отгрузить товар со своего склада?
- 2) При осуществлении довоза товара в какой момент считается, что продавец выполнил свои обязанности по поставке товара? Каким документом (документами) это может быть подтверждено?
- 3) Какие расходы несет при такой схеме поставки товара Покупатель?
- 4) В какой момент и в каком месте (пункте) риски с продавца переходят на покупателя?
- 5) Кто, за чей счет и на чьи риски должен осуществлять выгрузку товара с прибывшего транспортного средства?
- 6) Предложите свой вариант условия поставки и схемы поставки

Кейс 2. «ПОСТАВКА МОЛОКА В КИТАЙ»

1. Ситуация

Российский производитель молока, молочной продукции заключил контракт на поставку товаров в Китай на условиях СРТ - станция Сучжоу. Для реализации условий контракта им был заключен договор на оказание транспортно-экспедиционных услуг с компанией «Логистик-транс»9, в соответствии с которым экспедитор брал на себя организацию перевозки до пункта назначения. Отгрузка товара осуществлялась с завода в автомобильные транспортные средства с последующей перегрузкой на железнодорожный транспорт с использованием контейнера. По товару установлен температурный режим хранения +2 - +18 градусов. Транспортно-экспедиционная компания предложила отправителю два варианта отправки товара: с использованием рефрижераторного контейнера и стандартного контейнера (не требующего соблюдения особых условий перевозки (Dry container)). Стоимость перевозки в стандартном контейнере была на 50% ниже, чем в рефрижераторном контейнере. Отправитель счел возможным использование стандартного контейнера. При прибытии на станцию Сучжоу, в соответствии с условиями транспортно-экспедиционного договора, была организована перевозка и оплачены терминальные расходы (перегрузка контейнера на транспортное средство покупателя) на станции прибытия. Груз был доставлен Покупателю.

2. Проблема

После выгрузки товара Покупатель провел стандартные процедуры проверки качества, в результате которых было установлено, что большая часть продукции ввиду неправильной транспортировки (нарушение температурного режима) оказалась испорчена. Покупатель направил претензию продавцу. В свою очередь, экспедитор при направлении счета за оказанную перевозку выделил все расходы, которые были им понесены при оказании транспортно-экспедиционных услуг. Продавец товаров в ответ на претензию Покупателя уведомил последнего о том, что стороны использовали термин СРТ, в соответствии с которым риски утраты или повреждения товара Продавец несет до момента его поставки, который определен пунктом А2 (Продавец обязан поставить товар путем передачи его перевозчику или путем предоставления товара поставленным таким образом). То есть порча товара во время его перемещения, по мнению Продавца, была риском Покупателя. Кроме того, продавец перевыставил Покупателю расходы по перегрузке

товара на станции назначения, ссылаясь на условия (термин) СРТ, который не возлагает на продавца обязанности по выгрузке товара в пункте назначения.

3. Задача

1) Должен ли был Продавец согласовать с Покупателем вид транспорта, способ перевозки? 2) Регламентирован ли данный вопрос условиями (терминами) Инкотермс? 3) Кто должен нести ответственность за порчу товара во время транспортировки в рассматриваемой ситуации? 4) Насколько прав Продавец, перевыставляя расходы на перегрузку товара на станции назначения при выбранных условиях поставки (СРТ)? 5) Предложите свой вариант поставки товара: с позиции Продавца, с позиции Покупателя?

Критерии оценки форм текущего контроля

Критерии оценки устного опроса (диалога-собеседования)

Опрос – метод контроля знаний, заключающийся в осуществлении взаимодействия между преподавателем и студентом посредством получения от студента ответов на заранее сформулированные вопросы.

Оценка «отлично» выставляется за полный ответ на поставленный вопрос с включением в содержание ответа лекции, материалов учебников, дополнительной литературы без наводящих вопросов.

Оценка «хорошо» выставляется за полный ответ на поставленный в опрос в объеме лекции с включением в содержание ответа материалов учебников с четкими ответами на наводящие вопросы преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» выставляется за ответ, в котором озвучено более половины требуемого материала, с положительным ответом на большую часть наводящих вопросов.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется за ответ, в котором озвучено менее половины требуемого материала или не озвучено главное в содержании вопроса с отрицательными ответами на наводящие вопросы или студент отказался от ответа без предварительного объяснения уважительных причин.

Критерии оценки решения практических (ситуационных) заданий

При решении практических заданий разрешено пользоваться табличными, нормативными, специализированными управленческими, вероятностно-статистическими, экономико-финансовыми справочными материалами.

Оценка «отлично» - студент ясно изложил условие решения задания с обоснованием точной ссылкой на формулы / правила / закономерности / явления;

Оценка «хорошо» - студент изложил условие решения задания, но с отдельными несущественными неточностями при ссылках на формулы / правила / закономерности / явления;

Оценка «удовлетворительно» - студент в целом изложил условие решения задания, но с отдельными существенными неточностями при ссылках на формулы / правила / закономерности / явления;

Оценка «неудовлетворительно» - студент не уяснил условие решения задания или решение не обосновал ссылками на формулы / правила / закономерности / явления.

Критерии оценки теста

Тест – инструмент оценивания уровня знаний студентов, состоящий из системы тестовых заданий, стандартизированной процедуры проведения, обработки и анализа результатов.

Оценка «отлично» выставляется при условии правильного ответа студента на более чем 85 % тестовых заданий.

Оценка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа студента на 71-85 % тестовых заданий.

Оценка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа на 56-70 % тестовых заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа на 55 % тестовых заданий и менее.

Критерии оценки решения кейса

Кейс -задание является одним из способов эффективного применения теории в реальной жизни через решение учебно-конкретных ситуаций. Кейс-метод предусматривает письменно представленное описание определенных условий из жизни хозяйствующего субъекта, ориентирующее студентов на формулирование проблемы и поиск вариантов ее решения.

Результат выполнения кейс -задания оценивается с учетом следующих критериев:

- полнота проработки ситуации;
- полнота выполнения задания;
- новизна и неординарность представленного материала и решений;
- перспективность и универсальность решений;
- умение аргументировано обосновать выбранный вариант решения.

Если результат выполнения кейс -задания соответствует обозначенному критерию студенту присваивается один балл (за каждый критерий по 1 баллу).

Критерии оценивания выполнения кейс -задания.

Оценка «отлично»

- при наборе в 5 баллов.

Оценка «хорошо»

- при наборе в 4 балла.

Оценка «удовлетворительно»

- при наборе в 3 балла.

Оценка «неудовлетворительно»

- при наборе в 2 балла и менее.

Критерии оценки докладов

критерии	неудовлетворитель но	удовлетворитель но	хорошо	отлично
Уровень раскрытия темы	Доклад выполнен не по теме	Тема раскрыта слабо	Раскрыты основные аспекты темы	Тема раскрыта полностью
Качество доклада	доклад зачитывается	доклад рассказывается, но не объяснена суть работы	доклад рассказывается, четко выстроен, объяснена суть работы, но отсутствуют примеры	доклад рассказывается, четко выстроен, объяснена суть работы, представлены примеры

Регламент выступления (10 минут)	не выдержан регламент	не выдержан регламент	выдержан регламент	выдержан регламент
Качество ответов на вопросы	не может ответить на вопросы	не может ответить на большинство вопросов	отвечает на большинство вопросов	убедительно отвечает на большинство вопросов. Имеет собственную позицию и готов ее отстаивать
Использование демонстрационного материала	демонстрационный материал не был представлен	представлен плохо оформленный демонстрационный материал	демонстрационный материал хорошо оформлен, имеет небольшие погрешности, демонстрационный материал использовался в докладе	демонстрационный материал отлично оформлен, демонстрационный материал использовался в докладе
Владение автором научным и специальным аппаратом	автор не владеет базовым аппаратом (терминами).	автор плохо владеет базовым аппаратом, не все термины использует грамотно	Грамотное в основном, уместное использование терминов, смысл некоторых из них представлен не точно	Грамотное, уместное использование терминов
Четкость выводов, обобщающих доклад	нет выводов	выводы имеются, но они нечеткие или не аргументированы	выводы полностью отражают итоги работы	выводы полностью отражают итоги работы, аргументированы

2 Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации

Зачёт по дисциплине «Цены мировых рынков» проводится в письменной форме по билетам, включает тест и кейс. На написание теста и решение кейса отводится 40 минут.

Список вопросов к зачету

1. Доклассические подходы к обоснованию цены: античный, схоластический, меркантилистский
2. Теория трудовой стоимости
3. Теория факторов производства
4. Теория предельной полезности
5. Теория спроса и предложения
6. Теории несовершенной конкуренции
7. Эволюция теории цен в макроэкономике
8. Понятие цены и ценообразования
9. Функции цены
10. Структура цены
11. Система цен
12. Факторы цен
13. Понятие и состав методологии ценообразования
14. Затратные методы ценообразования
15. Рыночные методы ценообразования

16. Состав ценовой стратегии
17. Тактики ценообразования
18. Понятие цены мирового рынка
19. Справочные цены, цены прейскурантов, каталогов, проспектов, цены предложений
20. Аукционные цены, биржевые цены, цены торгов
21. Расчётные цены
22. Цены фактических сделок
23. Соотношения между различными видами цен
24. Особенности ценообразования в международной торговле
25. Методы формирования контрактных цен
26. Формирование цен на экспортируемую продукцию
27. Формирование цен на импортируемую продукцию
28. Поправки к ценам на экспортируемую и импортируемую продукцию
29. Влияние базисных условий поставки на цену товара
30. Таможенные платежи в составе внешне торговых цен
31. Обоснование контрактных цен на базе конкурентных материалов
32. Государственное регулирование экспортных и импортных цен в РФ

Образец билета на зачёт

ФГБОУ ВО «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова» Кафедра мировой экономики и статистики Направление подготовки: 38.03.01 Экономика Направленность (Профиль): «Мировая экономика и международный бизнес» Дисциплина: «Цены мировых рынков»		
БИЛЕТ № 1		
1. Тестовое задание (вариант 1) 2. Кейс		
Зав. кафедрой мировой экономики и статистики		
д-р экон. наук, профессор		Е.В. Сапир

Пример тестового задания к зачёту по дисциплине «Цены мировых рынков»
 (оценка сформированности компетенции ПК-2 (Ан), индикатора ПК-2 (Ан)-1.3.)

Тестовое задание к зачёту по дисциплине «Цены мировых рынков»

Вариант 1

1. Минск и «Газпром» подписали протокол о формировании цен на поставку газа исходя из условий 2022 года и уровне наценки до 2025 года. Об этом сообщает Министерство энергетики Белоруссии. «В соответствии с документом цена на газ для Беларуси сформирована в привязке к российскому рублю и согласована исходя из условий 2022 года», — говорится в сообщении. Это проявление функций цен (выберите все верные ответы):

- ☐ регулирующей
- ☐ стимулирующей
- ☐ учетно-аналитической
- ☐ балансирования спроса и предложения
- ☐ перераспределительной
- ☐ социальной

2. Потолок цен на поставку российской нефти по морю на уровне \$60 за баррель был введен Евросоюзом, странами G7 и Австралией с 5 декабря 2022 года (с 5 февраля начал действовать также потолок цен на российские нефтепродукты). При введении ограничений страны коалиции договорились, что потолки будут пересматриваться раз в два месяца с учетом изменений на рынке и устанавливаться на уровне не менее чем на 5% ниже среднерыночной цены, рассчитанной на основе данных Международного энергетического агентства. В январе 2023 года по итогам переговоров было решено сохранить потолок цен на уровне \$60 за баррель.

Это проявление функции цен:

- ☐ стимулирующей
- ☐ регулирующей
- ☐ учетно-аналитической
- ☐ балансирования спроса и предложения
- ☐ перераспределительной
- ☐ социальной

3. Выберите все ценообразующие налоги:

- ☐ страховые взносы,
- ☐ транспортный налог,
- ☐ земельный налог,
- ☐ водный налог
- ☐ НДС
- ☐ акциз
- ☐ единый налог на вменённый доход,
- ☐ патентная система налогообложения
- ☐ налог на прибыль организаций
- ☐ налог на имущество физических лиц,
- ☐ торговый сбор
- ☐ таможенные сборы
- ☐ государственные пошлины

4. В себестоимость входят различные затраты. Что из нижеперечисленного можно классифицировать как прямые затраты:

- ☐ Затраты, которые распределяют по нескольким объектам учётом
- ☐ Затраты, которые распределяют зависимости от окупаемости
- ☐ Затраты, которые включают в себя только сырье и материалы
- ☐ Затраты, которые относят на определённый объект учёта

5. Изменение данной части затрат на одно изделие зависит от увеличения объема

производства:

- ☐ Постоянные затраты
- ☐ Предельные затраты
- ☐ Переменные издержки
- ☐ Интегральной суммарные затраты

6. При формировании цены на новые телевизоры производитель хочет уменьшить себестоимость, так как на рынке большая конкуренция. Какие затраты могут быть исключены себестоимости нового телевизора? Выберите все правильные ответы - один или несколько

- ☐ затраты на продажу и продвижение телевизоров
- ☐ затраты на отопление и освещение офисного помещения
- ☐ затраты на рекламу бренда предприятия
- ☐ затраты на сервисное сопровождение
- ☐ затраты на зарплату технологом производства

7. Укажите правильный порядок наложения элементов цены

- ☐ прямые затраты - косвенные затраты - прибыль - акциз - НДС
- ☐ косвенные затраты - прямые затраты - прибыль - акциз - НДС
- ☐ косвенные затраты - прямые затраты - прибыль - НДС - акциз
- ☐ прямые затраты - косвенные затраты - прибыль - НДС - акциз

8. В качестве мировых цен на продукцию производственно-технического назначения (приборостроение, станки, оборудование) принимаются:

- ☐ цены каталогов торговых фирм
- ☐ внутренние оптовые цены в странах с ёмким рынком
- ☐ биржевые котировки на крупнейших биржах
- ☐ цены основных фирм-производителей

9. На рисунке приведена выдержка из документа, в котором формировалась цена следующего вида:

ЛОКАЛЬНЫЙ РЕСУРСНЫЙ РАСЧЕТ №												
на строительство												
(наименование работ и затрат, наименование объекта)												
№ пп	Обоснование	Наименование	Ед. изм.	Кол.		стоимость в текущих (прогнозных) ценах, руб.						
				на ед.	всего	на ед.	общая	В том числе				
1	2	3	4	5	6	7	8	Осн.З/п	Эк.Маш.	З/пМех.	Мат.	
1	ГЭСН08-02-001-01 Приказ Минстроя России от 26.12.2019 №871пр	Кладка стен кирпичных наружных: простых при высоте этажа до 4 м	м3			8	1019,26	8154,08	5388,40	2682,32	739,20	83,36
		Затраты труда рабочих (ср 2,7)	чел.-ч	4,54	36,32		148,38	5388,44	5388,44			
		Затраты труда машинистов	чел.-ч	0,4	3,2							
	1. 91.05.01-017	Краны башенные, грузоподъемность 8 т	маш.час	0,4	3,2		838,23	2682,34		2682,34	739,23	
	2. 01.7.03.01-0001	Вода	м3	0,44	3,52		20,18	70,96				70,96
H	3. 04.3.01.12	Растворы цементно-известковые	м3	0,24	1,92							
H	4. 06.1.01.05	Кирпич керамический или силикатный	1000 шт	0,38	3,04							
	5. 11.1.03.01-0080	Бруски обрезные, хвойных пород, длина 4-8,5 м, ширина 75-150 мм, толщина 40-75 мм, сорт IV	м3	0,0005	0,004		3106,51	12,43				12,43
2	ГЭСН08-02-001-07 Приказ Минстроя России от 26.12.2019	Кладка стен кирпичных внутренних: при высоте этажа до 4 м	м3			3,1	995,53	3086,14	2014,44	1039,40	286,44	32,30

- ☐ рекомендуемая цена
- ☐ гарантированная цена
- ☐ закупочная цена
- ☐ оптовая цена

- ☐ розничная цена
- ☐ фактическая цена сделки
- ☐ прейскурантная цена
- ☐ сметная стоимость

10. В расчёте ценой-нетто является:

Расчет продажной цены.

	%	руб.
Покупная цена		9800
– Скидка поставщика	5	490
Планируемая покупная цена		9310
– Скидка за оплату наличными	2	186,20
Фактическая покупная цена		9123,80
+ Транспортные расходы		290
Закупочная цена		9413,80
+ Торговая надбавка	27	2541,73
Фактическая продажная цена		11 955,53
+ Скидка для клиента	5	597,78
Планируемая продажная цена		12 553,31
+ Розничная скидка	3	376,6
Продажная цена		12 929,91
+ НДС	18	2327,38
Продажная цена		15 257

- ☐ 9800
- ☐ 9310
- ☐ 9123,80
- ☐ 9413,80
- ☐ 11955,53
- ☐ 12553,31
- ☐ 12929,91
- ☐ 15257

Пример кейса к зачёту по дисциплине «Цены мировых рынков»

Кейс «СIP или CIF?»

1. Ситуация

Российским производителем был заключен контракт на поставку косметических средств (шампуни, кремы, декоративная косметика) в Объединенные Арабские Эмираты (далее - ОАЭ). Покупатель настаивал, чтобы Продавец взял на себя оплату перевозки. Условия оплаты по контракту – 100% отсрочка платежа.

При разработке логистической схемы рассматривалось несколько вариантов по условиям поставки: СIP, CIF, DAP, DPU.

Перевозка товаров в ОАЭ осуществляется несколькими способами, в частности, это морские контейнерные перевозки из России в ОАЭ с отправкой из Санкт-Петербурга, Новороссийска. Порты прибытия – Джебел-Али (Фуджайра), Рашид (Дубай), Халифа и Заид (Абу-Даби). Так как поставка товара осуществлялась из Москвы, то до выбранных портов товар должен быть доставлен автомобильным транспортом.

С целью минимизации рисков по доставке и обязанностей по выгрузке товара Продавец остановил свой выбор на условии CIF - Рашид (Дубай), Инкотермс 2020, принимая во внимание, что на некоторой части пути будет использована морская перевозка.

2. Проблема

После формирования товарной партии груз, помещенный в контейнер, был передан перевозчику, номинированному Продавцом. Далее контейнер должен быть передан морскому агенту в порту Новороссийска для осуществления морской перевозки до порта Рашид (Дубай). При осуществлении перегрузки в порту произошла авария, и контейнер был поврежден. Однако данное повреждение было обнаружено только на складе покупателя, когда в процессе выгрузки было установлено, что упаковка товара намокла, что в некоторой степени отразилось на качестве товара.

Покупатель обратился к Продавцу для разрешения вопроса и отказался оплачивать товар. В качестве аргумента он приводил положения Инкотермс о том, что по условиям CIF продавец обязан поставить товар на борт судна.

Продавец, сославшись на условия поставки, предусмотренные контрактом, отказался разрешать этот вопрос, предложив обратиться в страховую компанию.

Страховая компания сочла, что данный случай не является страховым и не попадет под страховое покрытие, обеспеченное условиями CIF.

3. Задача

- 1) Как вы думаете, насколько правильно были выбраны условия поставки (базис поставки) по контракту?
- 2) В какой момент расходы, риски и обязанности перешли от Продавца к Покупателю?
- 3) Прав ли Покупатель, предъявляя свои претензии Продавцу? Насколько прав Продавец в своем отказе от решения возникшей проблемы?
- 4) Оцените действие страховой компании?
- 5) Смоделируйте ситуацию, выбрав правильное, на ваш взгляд, условие поставки (базис поставки) согласно Инкотермс.

Оценка ответа на зачёте

Правила выставления оценки (озвучиваются студентам заранее):

Оценка теста:

Оценка проставляется по количеству набранных баллов:

менее 60% от максимально возможного количества баллов - **неудовлетворительно**,

60-69 % от максимально возможного количества баллов - **удовлетворительно**,

70-79 % от максимально возможного количества баллов - **хорошо**,

80-100% от максимально возможного количества баллов – **отлично**.

Оценка кейса:

Результат выполнения кейс -задания оценивается с учетом следующих критериев:

- полнота проработки ситуации;
- полнота выполнения задания;
- новизна и неординарность представленного материала и решений;
- перспективность и универсальность решений;
- умение аргументировано обосновать выбранный вариант решения.

Если результат выполнения кейс -задания соответствует обозначенному критерию студенту присваивается один балл (за каждый критерий по 1 баллу).

Критерии оценивания выполнения кейс -задания.

Оценка «отлично»

- при наборе в 5 баллов.

Оценка «хорошо»

- при наборе в 4 балла.
Оценка «удовлетворительно»
- при наборе в 3 балла.
Оценка «неудовлетворительно»
- при наборе в 2 балла и менее.

В зависимости от уровня сформированности компетенции по окончании освоения дисциплины студенту выставляется оценка.

Оценка «зачет» выставляется студенту, у которого компетенция сформирована не ниже, чем на пороговом уровне (при правильном ответе на 60% вопросов и выше от общего количества и решении кейса на уровне «удовлетворительно» и выше).

Оценка «незачтено» выставляется студенту, у которого компетенция сформирована ниже, чем на пороговом уровне (при правильном ответе менее, чем на 60% вопросов от общего количества и/или решении кейса на уровне «неудовлетворительно»)

Приложение № 2 к рабочей программе дисциплины «Цены мировых рынков»

Методические указания для студентов по освоению дисциплины

Успешное овладение дисциплиной «Цены мировых рынков», предусмотренное рабочей программой, предполагает выполнение ряда рекомендаций.

1. Следует внимательно изучить материалы, характеризующие курс «Цены мировых рынков» и определяющие целевую установку. Это поможет четко представить круг изучаемых проблем и глубину их постижения.

2. Необходимо знать подборку литературы, достаточной и необходимой для изучения курса. При этом следует иметь в виду, что нужна литература различных видов:

а) учебники, учебные и учебно-методические пособия;
б) монографии, сборники научных статей, публикаций в экономических журналах, представляющие эмпирический материал, а также многообразные аспекты анализа современного развития организаций;

в) справочная литература – энциклопедии, экономические словари, раскрывающие категориально-понятийный аппарат.

г) аналитические материалы, представленные ведущими международными правительственными и экспертными организациями: ЮНКТАД, Всемирным банком, МВФ, Мировым Экономическим Форумом, ВТО, рейтинговыми агентствами S&P Fitch и др.

В процессе обучения требуемый учебный материал студенты получают на лекциях по установленному регламенту, а также при самостоятельном изучении предлагаемой им литературы по данной дисциплине и на семинарских занятиях с применением видеоматериалов, компьютерных технологий, выполнении тестовых работ.

3. Изучая литературу, следует уяснить основное содержание той или иной мирохозяйственной проблемы, причины ее возникновения и последствия для основных экономических субъектов мировой системы.

4. При проведении практических занятий, используются активные методы обучения – решение кейсов. Этот вид работы способствует выработке практических навыков в аналитической работе и принятии стратегических решений в области международных экономических связей и ВЭД.

В ходе решения практических задач студент должен продемонстрировать свободную ориентацию в области изучения библиографических источников, статистических и фактологических данных по теме, освоение смыслового ее содержания и способности качественно и грамотно оформлять собственные выводы и предложения, а также компетентно вести научную дискуссию. Каждый студент должен участвовать в подготовке и презентации, предполагающего анализ конкретной ситуации, самостоятельно или в рамках малой группы. После презентации присутствующими и преподавателем (модератором – в том числе и из числа обучающихся) задаются вопросы. Рассмотрение конкретной проблемы в обязательном порядке завершается общей дискуссией с анализом достоинств и недостатков предложенного решения.