

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ»**

Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС  
Экономический факультет  
Кафедра экономики и финансов

УТВЕРЖДЕНА  
учёным советом  
Волгоградского института управления –  
филиала РАНХиГС  
Протокол №2 от 21.09.2023 г.

**ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

**Учет, анализ, аудит**

---

*(наименование магистерской программы)*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,  
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

**Б1.В.13 «АНАЛИЗ И КОНТРОЛЬ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ»**

---

*(код и наименование дисциплины)*

**38.04.01 Экономика**

---

*(код, наименование направления подготовки /специальности)*

**Заочная**

---

*(форма (формы) обучения)*

Год набора – 2024 г.

Волгоград, 2023 г.

**Автор-составитель:**

Кандидат экономических наук, доцент

В.В. Яковенко

И.о. зав. кафедрой экономики и финансов,  
кандидат экономических наук

Е.А. Чумакова

РПД Б1.В.13 «Анализ и контроль трансфертного ценообразования» одобрена на заседании кафедры экономики и финансов. Протокол от 30 августа 2023 года № 1.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1. Осваиваемые компетенции .....	.....
1.2. Результаты обучения .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3. Содержание и структура дисциплины .....</b>	<b>5</b>
3.1. Структура дисциплины .....	5
3.2. Содержание дисциплины .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся .....</b>	<b>9</b>
4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся .....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
<b>5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине .....</b>	<b>20</b>
5.1. Методы проведения экзамена .....	20
5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации .....	19
<b>6. Методические материалы по освоению дисциплины ....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет .....</b>	<b>26</b>
7.1. Основная литература .....	26
7.2. Дополнительная литература .....	26
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация .....	26
7.4. Интернет-ресурсы, справочные системы. ....	27
<b>8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы .....</b>	<b>27</b>

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

1.1. Дисциплина Б1.В.13 «Анализ и контроль трансфертного ценообразования» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-2	Способен на основе анализа функционирования организации провести оценку доступных ресурсов и ограничений разработать проект и организовать работу по его реализации	УК 2.1	Способен определить круг задач в рамках поставленной цели и выбрать оптимальные способы их решения
		УК 2.2	Способен проводить анализ рынка и положения организации в рамках принятия стратегических решений
ПКс-2	Способен подготавливать аналитические отчеты в целях принятия стратегических решений на основе анализа статистических данных в том числе с применением статистического моделирования и программирования	ПКс – 2.2	Способен подготавливать аналитические отчеты в целях разработки инвестиционной стратегии с применением методов маркетингового анализа и современных компьютерных технологий
		ПКс – 2.3	Способен подготавливать аналитические отчеты в целях разработки проектов, в том числе в сфере государственно-частного партнерства с применением статистических методов анализа данных

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Научно-методологическая деятельность в статистике / подготовка аналитических отчетов, а также обзоров, докладов, рекомендаций на основе статистических расчетов.	УК-2	Способен определить круг задач в рамках поставленной цели и выбрать оптимальные способы их решения
		Способен проводить анализ рынка и положения организации в рамках принятия стратегических решений
		Способен проводить анализ и грамотно оформлять его результаты
		Способен применить навыки проектной деятельности при подготовке и защите выпускной квалификационной работы

## 2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.В.13 «Анализ и контроль трансфертного ценообразования» принадлежит к блоку вариативная часть, дисциплины по выбору. В соответствии с учебным планом, по заочной форме обучения дисциплина осваивается в 5 семестре, общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах составляет 3 ЗЕ (108 часов).

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области бухгалтерского учета, экономики и финансов, а также на приобретенных ранее умениях и навыках в сфере математического обеспечения финансовых решений. Знания и навыки, получаемые студентами в результате изучения дисциплины, необходимы для осуществления бухгалтерского управленческого учета, комплексного экономического и финансового анализа, оценки результатов и эффективности финансово-хозяйственной деятельности организаций различных организационно-правовых форм, включая финансово-кредитные, органов государственной власти и местного самоуправления.

Учебная дисциплина Б1.В.13 «Анализ и контроль трансфертного ценообразования» реализуется после изучения: дисциплин «Бухгалтерский учет», «Финансовый анализ» на уровне бакалавриата.

По заочной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 22 часа и на самостоятельную работу обучающихся – 77 часов, на контроль – 9 часов.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен.

## 3. Содержание и структура дисциплины

### 3.1 Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
<i>Заочная форма обучения</i>								
<i>3 курс</i>								
Тема 1	Система ценовых методов.	18	1	-	4		15	О
Тема 2	Методы государственного регулирования и контроля процессов ценообразования.	17	1	-	4		14	О
Тема 3	Взаимозависимые лица, взаимозависимости в соответствии с нормами раздела критерии V.1 НК РФ	22	1	-	4		16	О

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 4	Контролируемые сделки: риски, критерии контролируемости	20	1	-	4		15	О
Промежуточная аттестация		9	-	-	-		-	экзамен
<b>Всего:</b>		<b>108</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>16</b>		<b>77</b>	<b>9</b>

*Примечание: 4 – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), коллоквиум (К), эссе (Э), реферат (Р), диспут (Д), ситуационная задача (СЗ), разбор ситуаций (РС)*

### 3.2 Содержание дисциплины

#### Тема 1. Система ценовых методов.

Сущность и виды затратных методов ценообразования. Метод ценообразования, основанный на определении полных издержек. Метод ценообразования, ориентирующийся на прямые затраты. Метод ценообразования, основанный на анализе безубыточности и обеспечения целевой прибыли. Сущность и виды рыночных методов ценообразования. Понятие и сущность метода, ценообразования, исходя из ценности товара.

#### Тема 2. Методы государственного регулирования и контроля процессов ценообразования.

Прямые и косвенные методы государственного регулирования процессов ценообразования. Государственное регулирование цен внутреннего рынка. Правовые основы ценообразования. Организация контроля за ценами. Индексация доходов. Координация политики цен по регионам РФ и между странами СНГ. Принципы государственного вмешательства в ценовую политику фирм и регионов. Меры по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов). Уровни государственного контроля над ценами. Запреты, действующие в области свободных цен. Воздействие государства на экспортные цены: а) экспортные субсидии и таможенный тариф; б) товарный и валютный демпинг; в) таможенная политика; г) девальвация. Государственное регулирование цен в различных странах.

#### Тема 3 Взаимозависимые лица, критерии взаимозависимости в соответствии с нормами раздела V.1 НК РФ

Анализ взаимозависимости лиц, основные характеристики группы компаний. Основания признания лиц взаимозависимыми для целей налогообложения (формальные и материальные критерии). Возможность признания лиц взаимозависимыми на основании

сложившейся судебной практики. Условия признания задолженности контролируемой по сделкам с участием взаимозависимых лиц

#### **Тема 4 Контролируемые сделки: риски, критерии контролируемости**

Расширение с 01.01.2017 перечня сделок, не признаваемых контролируемыми (401-ФЗ от 30.11.2017) Группы контролируемых сделок по уровню налогового риска Порядок определения суммарных критериев контролируемости: при приобретении ОС; по договорам комиссии (агентским договорам); при получении (выдаче) займов, кредитов; по договорам поручительства, гарантии; при переуступке прав требования Особенности учета отдельных видов сделок

#### **Тема 5 Специальная «трансфертная» налоговая проверка: правила и процедуры**

Проверка полноты и правомерности формирования цен сделок между взаимозависимыми лицами Проверка внутренних положений, регламентирующих формирование рыночных цен организаций Анализ выбранной методики формирования рыночной цены Проверка полноты исчисления и уплаты налога на прибыль, НДС, НДФЛ, НДС по контролируемым сделкам Как должен быть оформлен акт проверки контролируемых сделок с взаимозависимыми лицами Взаимодействие проверяемой организации с контролирующими органами в ходе «трансфертной» налоговой проверки

На самостоятельную работу студентов по дисциплине Б1.В.13 «Анализ и контроль трансфертного ценообразования» выносятся следующие темы:

<b>№ п/п</b>	<b>Тема</b>	<b>Вопросы, выносимые на СРС</b>	<b>Заочная форма</b>
1	2	3	5
Тема 1	Система ценовых методов.	Методы параметрического ценообразования. Ценообразование на конкурсные проекты.	Р
Тема 2	Методы государственного регулирования и контроля процессов ценообразования.	Себестоимость как база оптовой цены, ее характеристика, классификация расходов, включаемых в себестоимость.  Обоснование прибыли и рентабельности продукции, закладываемых в оптовой цене.	Р
Тема 3	Взаимозависимые лица, взаимозависимость и в соответствии с нормами раздела критерии V.1 НК РФ	Критерии взаимозависимости лиц	Р

Тема 4	Контролируемые сделки: риски, критерии контролируемости	Методы оценки рисков	р
Тема 5	Специальная «трансфертная» налоговая проверка: правила и процедуры	Основания назначения налоговой проверки. Процедура налоговой проверки	Р



#### 4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств по дисциплине

##### 4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.13 Анализ и контроль трансфертного ценообразования используются следующие формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Методы текущего контроля успеваемости
<b>Заочная форма</b>		
Тема 1	Система ценовых методов.	Проверка реферата
Тема 2	Методы государственного регулирования и контроля процессов ценообразования.	Проверка реферата
Тема 3	Взаимозависимые лица, взаимозависимости в соответствии с нормами раздела критерии V.1 НК РФ	Проверка реферата
Тема 4	Контролируемые сделки: риски, критерии контролируемости	Проверка реферата
Тема 5	Специальная «трансфертная» налоговая проверка: правила и процедуры	Проверка реферата

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена методом устного опроса по перечню примерных вопросов из п.4.3.

К сдаче экзамена по дисциплине допускаются студенты, получившие не меньше 60 баллов при текущей аттестации. При подготовке к зачету студент внимательно просматривает вопросы, предусмотренные рабочей программой, и знакомится с рекомендованной основной литературой. Основой для сдачи зачета студентом является изучение конспектов обзорных лекций, прослушанных в течение семестра, информация, полученная в результате самостоятельной работы, и практические навыки, освоенные при решении задач в течение семестра.

##### 4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

###### Тема 1. Система ценовых методов.

###### Вопросы для устного опроса:

1. Затратные методы ценообразования;
2. Параметрические методы определения цен;
3. Рыночные методы определения цены.

**Задание 1.** Составьте калькуляцию себестоимости газовой плиты и определите прибыль предприятия-изготовителя от реализации этой плиты. Рассчитайте свободную розничную цену газовой плиты. Известны следующие данные: сырьё и материалы – 1700 руб., полуфабрикаты – 220 руб., транспортные расходы по доставке сырья, материалов, полуфабрикатов – 148 руб., топливо и электроэнергия на технологические цели – 19 руб.,

основная зарплата производственных рабочих – 450 руб.; дополнительная зарплата производственных рабочих – 13 %, отчисления на социальное страхование – 37 %, расходы по содержанию и эксплуатации оборудования – 117 %, общезаводские расходы – 105 %, прочие производственные расходы – 42 % к основной зарплате производственных рабочих; внепроизводственные расходы – 1,5 % к производственной себестоимости. Свободная отпускная цена (с НДС) – 6800 руб., НДС – 20 % к свободной отпускной цене (без НДС), торговая надбавка – 25 % к свободной отпускной цене, налог с продаж – 5%.

**Задание 2.** Определив цену методом прямых затрат, выясните, при каком объеме продаж по определенной цене, предприятие получит наибольшую прибыль, выбрав один, наиболее предпочтительный для предприятия, вариант из предложенных в таблице:

Затраты за месяц, руб.	Варианты объемов реализации			
	1	2	3	4
Предполагаемая цена единицы продукции	19	17	16	15
Сумма переменных (прямых) затрат (производственных и сбытовых)	9,69	9,57	9,50	9,45
«Маржинальная» прибыль на единицу продукции	?	?	?	?
Ожидаемый объем продаж, шт.	450	650	850	950
Суммарная «маржинальная» прибыль	?	?	?	?
Постоянные затраты при 100%-ном освоении производственных мощностей	2000	2000	2000	2000
Реализованная прибыль	?	?	?	?

**Задание 3.** Имеется информация, относящаяся к магазину, который в настоящее время продает 25 000 пар обуви в год.

Цена продаж пары обуви, руб. – 1400

Закупочная цена за пару обуви, руб. – 1050

Совокупные постоянные издержки за год, тыс. руб. – 1800

Ответы на каждый вопрос дайте независимо от той информации, которая содержится в других заданиях.

Определите точку безубыточности и кромку безопасности. Рассчитайте прибыль (убытки) магазина.

а) Если бы за реализацию одной пары обуви были введены комиссионные в размере 5% от цены продаж, сколько пар обуви нужно было бы реализовать ежегодно, чтобы прибыль увеличилась на 20% по сравнению с базовым уровнем?

б) Предположим, что на следующий год предполагается провести дополнительную рекламную кампанию, которая обойдется в 80 000 руб., в то же время цены реализации должны быть увеличены на 10%. Какой будет точка безубыточности? При каком объеме продаж прибыль увеличится на 20%? Какой должна быть эластичность спроса по цене, чтобы при увеличении цены на 10% обеспечить необходимый объем продаж?

**Задание 4.** Постоянные затраты предприятия в год – 50 000 руб. Отпускная цена единицы продукции – 18 руб. Переменные затраты на единицу продукции – 10 руб. Текущий объем продаж – 8000 шт. Определите:

- Возможное изменение цены товара при сокращении переменных затрат на 10% и постоянных затрат на 5000 руб. при условии, что текущий объем продаж сохранится тем же.

- Какую отпускную цену единицы продукции следует установить для увеличения прибыли на 15% при продаже прежнего количества продукции.

**Задание 5.** Постоянные издержки за год – 60 000 руб.

Цена реализации единицы продукции – 20 руб. Переменные издержки на единицу продукции – 12 руб. Текущий объем реализации – 8200 шт. Определите:

- Какую прибыль получит предприятие после сокращения переменных затрат на 10% и постоянных затрат на 8000 руб. при условии, что текущий объем продаж сохранится тем же.

- Какую цену реализации следовало бы установить для получения прибыли в размере 28 000 руб. от реализации 8200 единиц продукции.

- Какой дополнительный объем продаж необходим для покрытия возросшей на 6 750 руб. арендной платы в связи с расширением производственных мощностей.

**Задание 6.** Определите верхний уровень цены на кухонную электрическую плиту балловым методом, если цена базовой плиты 4950 руб., балловая оценка основных параметров базового и нового изделий приведена в таблице.

	Оценка параметров, баллов					
	Количество потребляемой электроэнергии	Разнообразие функций	Дизайн	Срок службы	Безопасность	Мощность
Базовая	75	50	40	60	45	40
Новая	80	70	55	60	52	50
Коэффициент весомости	0,3	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1

**Задание 7.** Определите верхний уровень цены нового насоса, если значение его основного параметра равно 600 мм<sup>3</sup>/мин., рентабельность 20% к себестоимости.

Топливные насосы рядного типа	Фактическая себестоимость единицы изделия 5 года выпуска	Объем топлива, подаваемый насосами в течение 1 мин. к цилиндрам двигателя	Удельная себестоимость, руб./ (мм <sup>3</sup> /мин.)
-------------------------------	--	---	---

		(мм <sup>3</sup> /мин.)	
1	32	72	0,440
2	33	138	0,239
3	42	257	0,163
4	51	267	0,191
5	60	271	0,221
6	64	347	0,184
7	108	490	0,220

**Задача 8.** Методом удельного ценообразования определите верхнюю границу цены нового снегохода «Yamaha», предназначенного для туризма, объем двигателя 720 см<sup>3</sup>.

Модель	Объем двигателя, см <sup>3</sup>	Цена, долл. США	Удельная цена
Yamaha VT 500 XL	485	8600	
Yamaha VT 600	593	9900	
Yamaha VT 700	698	10900	

## **Тема 2. Методы государственного регулирования и контроля процессов ценообразования.**

### **Вопросы для устного опроса:**

1. Какие основные группы факторов определяют цели ценовой политики фирмы?
2. Каков состав постоянных и переменных затрат и какова их экономическая роль при расчете цен?
3. Чем отличаются приростные затраты от переменных?
4. Какое отношение к цене у потребителя?
5. Почему изменение цен необходимо увязывать с эластичностью спроса?
6. Как влияет ценовая эластичность на общую выручку предприятия?
7. Каким образом на чувствительность покупателя к ценам влияет наличие на рынке замещающих товаров?
8. Для каких товаров повышение цены может стать фактором роста объемов реализации?
9. Каким образом предприятие должно реагировать на изменение цен конкурентами?
10. Каковы основные направления государственного регулирования ценообразования?
11. Как влияет система государственного ограничения цен на устойчивость равновесия рынка?
12. Какие факторы должен учитывать производитель при изменении цен для обеспечения

гармоничного взаимодействия участников канала товародвижения?

13. Государственное регулирование ценообразования: виды и формы государственного ограничения ценообразования, используемые в рыночной экономике.
14. Формы осуществления ценовой политики государства.
15. Методы осуществления государственного ценового регулирования.
16. Государственный контроль за соблюдением дисциплины цен.
17. Государство и совершенствование ценовой нормативной базы, обеспечивающей эффективное функционирование рыночной экономики.
18. Государственное регулирование цен.
19. Саморегулирование цен.
20. Общественное регулирование цен.
21. Факторы и методы воздействия государства на цены.
22. Регулирование цен в зарубежных странах.

### **Тема 3 Взаимозависимые лица, критерии взаимозависимости в соответствии с нормами раздела V.1 НК РФ**

Анализ взаимозависимости лиц, основные характеристики группы компаний. Основания признания лиц взаимозависимыми для целей налогообложения (формальные и материальные критерии). Возможность признания лиц взаимозависимыми на основании сложившейся судебной практики. Условия признания задолженности контролируемой по сделкам с участием взаимозависимых лиц

### **Тема 4 Контролируемые сделки: риски, критерии контролируемости**

Расширение с 01.01.2017 перечня сделок, не признаваемых контролируемыми (401-ФЗ от 30.11.2017) Группы контролируемых сделок по уровню налогового риска Порядок определения суммарных критериев контролируемости: при приобретении ОС; по договорам комиссии (агентским договорам); при получении (выдаче) займов, кредитов; по договорам поручительства, гарантии; при переуступке прав требования Особенности учета отдельных видов сделок

### **Тема 5 Специальная «трансфертная» налоговая проверка: правила и процедуры**

Проверка полноты и правомерности формирования цен сделок между взаимозависимыми лицами Проверка внутренних положений, регламентирующих формирование рыночных цен организаций Анализ выбранной методики формирования рыночной цены Проверка полноты исчисления и уплаты налога на прибыль, НДС, НДФЛ, НДС по контролируемым сделкам Как должен быть оформлен акт проверки контролируемых сделок с взаимозависимыми лицами Взаимодействие проверяемой организации с контролирующими органами в ходе «трансфертной» налоговой проверки

#### **Вопросы для тестирования:**

#### **1. «Ценообразование» - это:**

- а) формирование цен государственными органами в целях обеспечения общественного воспроизводства теми темпами и пропорциями, которые соответствуют требованиям законов;

б) процесс формирования уровней, структуры, динамики цен, образующих единую систему, в целях обеспечения общественного воспроизводства теми темпами и пропорциями, которые соответствуют развитию экономики в каждом конкретном периоде времени;

в) формирование цен, при которых производитель товара получает максимальную прибыль, происходит расширение рынков сбыта и увеличение объемов продаж.

## **2. Сущность стимулирующей функции цены:**

а) с помощью механизма цен происходит перелив капитала в те сектора экономики, в развитие производств, где имеется высокая норма прибыли;

б) варьируется уровень прибыли в цене, что побуждает производителя улучшать качественные параметры товаров, обновлять ассортимент, сокращать нерациональные перевозки и т.д.;

в) свертывается производство продукции, не пользующейся спросом, а стимулируется направление ресурсов на увеличение производства необходимой рынку продукции.

## **3. По способу фиксации цены подразделяются на следующие виды:**

а) оптовые, розничные, закупочные;

б) свободные, регулируемые;

в) твердые, с последующей фиксацией, скользящие.

## **4. Средневзвешенная цена на готовые товары и услуги в конкретный момент времени – это...**

а) трансфертная цена;

б) уровень цен;

в) сопоставимая цена.

## **5. Структуру отпускной цены предприятия составляют следующие базисные элементы:**

а) себестоимость продукции, прибыль производителя, сбытовая наценка;

б) себестоимость продукции, прибыль производителя, сбытовая наценка, акциз, НДС, торговая наценка;

в) таможенная стоимость товара в рублях, импортная таможенная пошлина, торговая наценка, акциз, НДС;

г) себестоимость продукции, прибыль производителя, сбытовая наценка, акциз, НДС.

## **6. Сопоставимая цена – это:**

а) цена «в текущих денежных единицах», представляет собой номинальную цену товара;

б) цена «в постоянных денежных единицах», представляет собой величину, рассчитанную относительно совокупного показателя цен (индекс потребительских цен);

в) цена «чистая», представляет собой выручку от продажи или общий платеж за покупку после вычета или, соответственно, прибавления всех расходов связанных с продажей, покупкой.

**7. “Ценовая политика” – это:**

- а) набор методов, с помощью которых принципы ценообразования можно реализовать на практике;
- б) продажа товаров согласно утвержденному руководством фирмы сборнику цен (прейскуранту);
- в) общие принципы, которых компания собирается придерживаться в сфере установления цен на свои товары или услуги.

**8. При использовании метода ценообразования на основе ощущаемой ценности товара:**

- а) основным фактором ценообразования является покупательское восприятие;
- б) фирма отталкивается в основном от цен конкурентов в данной отрасли;
- в) фирма ориентируется в большей степени на собственные издержки.

**9. Убыточный лидер продаж – это:**

- а) товар, величина спроса на который может снизиться при повышении доходов покупателя;
- б) товар, продаваемый фирмой с минимальной прибылью или даже без нее ради привлечения покупателей к покупке других ее товаров;
- в) товар, цена на который устанавливается на уровне более низком, чем по мнению большинства покупателей, заслуживает товар с данной экономической ценностью. При этом большая масса прибыли получается за счет увеличения объема продаж.

**10. “Зонтик цен” – это:**

- а) формирование лидирующими фирмами в определенном сегменте рынка цен с повышенной рентабельностью;
- б) существующие одновременно соотношения цен на разные модели или модификации одного и того же товара одной фирмы или всех фирм, действующих на данном рынке;
- в) максимально возможное снижение цен на конкурентный товар на рынке, обеспечивающее увеличение спроса и провоцирующее конкурентов начать «гонку снижения цен» на выживание.

**11. В чем состоит основная слабость и неудобство чисто затратного ценообразования:**

- а) не всегда у фирмы есть специалисты и менеджеры, которые владеют более совершенными методами ценообразования;
- б) затратное ценообразование опирается на внутрифирменную информацию (бухгалтерская отчетность и документы, регламентирующие величину наценок);
- в) затратный метод использует как основу определения цены средние переменные затраты.

**12. Почему после 10 часов вечера тарифы на междугородные телефонные разговоры устанавливаются на более низком уровне?**

- а) используются дифференцированные тарифы, поскольку выгодно иметь как можно меньшие резервные мощности;
- б) делается скидка для привлечения наименее обеспеченных клиентов к потреблению этого вида услуг;
- в) по соображениям благотворительности.

**13. Определите, в каком случае используется затратное ценообразование:**

- а) в качестве отправной точки принимаются фактические затраты фирмы на производство и организацию сбыта товаров;
- б) установление цен таким образом, чтобы это обеспечивало фирме получение большей прибыли за счет достижения выгодного для нее соотношения «ценность/затраты»;
- в) установление цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и целевого уровня прибыльности операций.

**14. К какому типу стратегических игр относятся ценовые войны:**

- а) игра с отрицательной суммой выигрыша;
- б) игра с положительной суммой выигрыша;
- в) двухмерный маркетинговый план.

**15. Какой из методов конкурентной борьбы не относится к ценовой конкуренции:**

- а) гарантийные условия;
- б) ценовой зонтик;
- в) «надстройка шпиля».

**16. Поставив перед собой задачу ценообразования, зная график спроса и расчетную сумму издержек, фирма готова перейти к следующему этапу расчета исходной цены товара, на котором происходит:**

- а) выбор метода ценообразования;
- б) установление окончательной цены;
- в) анализ цен и товаров конкурентов.

**17. Какое из приведенных ниже объявлений свидетельствует о проведении фирмой политики ценовой дискриминации:**

- а) «широкий выбор автомобильных холодильников емкостью 10 л. Холодильник марки «Роса» стоит 3599 руб., марки «Полос» -3 619 руб., марки «Север» -4 639 руб.»;



б) «в продаже имеется йогурт марки «Данон». Цена за упаковку – 25 руб., за блок из 4-х упаковок – 90 руб.».

**18. Какой из методов модификации цен не относится к географической дифференциации:**

- а) зональная цена;
- б) цена фрахтового базиса;
- в) цена-приманка.

**19. В каком случае используется стратегия ценового прорыва:**

- а) установление цен исходя из того соотношения «цена/ценность», которое соответствует большинству других продаваемых на рынке аналогичных товаров;
- б) установление цен на уровне более высоком, чем, по мнению большинства покупателей, должен стоить товар с данной экономической ценностью, и получение выгоды от высокой прибыльности продаж в узком сегменте рынка;
- в) установление цен на уровне более низком, чем, по мнению большинства покупателей, заслуживает товар с данной экономической ценностью, и получение большой массы прибыли за счет увеличения объема продаж и захваченной доли рынка.

**20. На основе какого рекламного лозунга можно выстроить стратегию премиального ценообразования для рынка детской одежды:**

- а) «Недорогая и качественная одежда для ваших детей. Одни из самых низких цен в регионе – радостно для малыша, необременительно для родительского кошелька»;
- б) «Ваш малыш – яркая личность? Тогда одевайте его у нас – стильно, удобно, практично, современно. Приемлемые цены, скидки и подарки для новорожденных»;
- в) «Дети – самое драгоценное в вашей жизни. Так пусть наша одежда из чисто натуральных волокон будет достойной оправой для этих драгоценностей!».

**21. Каким образом при реализации стратегии ступенчатых премий (ступенчатого снижения цен) можно избежать падения продаж из-за воздержания покупателей от покупок?:**

- а) осуществлять снижение цен реже, что порождает для покупателей потери из-за воздержания от использования желанного товара;
- б) добиться существенного удешевления товара за счет сокращения величины удельных постоянных затрат;
- в) инвестировать крупные средства в маркетинговые программы.

**22. В каком случае имеет место модификация цен в зависимости от имиджа:**

- а) театр варьирует цены на входные билеты в зависимости от предпочтений публики по расположению посадочных мест;
- б) изготовитель лимонада заменяет в напитке сахар на сахарин и продает его дороже в качестве диетического напитка с пониженным содержанием калорий;
- в) зимние сапоги весной продаются по более низким ценам, чем осенью.

**23. На каком этапе формирования ценовой стратегии происходит анализ конкуренции:**

- а) сбор исходной информации;
- б) стратегический анализ;
- в) формирование стратегии.

**24. Какая стратегия лежит в основе системы продаж товаров по телевизору:**

- а) стратегия премиального ценообразования;
- б) стратегия ценового прорыва;
- в) нейтральная стратегия ценообразования.

**25. Степень реакции изменения спроса на изменение цены – это...**

- а) паритет цен;
- б) эластичность спроса по цене;
- в) ценовая скидка.

Ответы на вопросы теста: 1.а; 2.б; 3.б; 4.б; 5.г; 6.б; 7.в; 8.а; 9.б; 10.а; 11.в; 12.а; 13.а; 14.а; 15.а; 16.в; 17.б; 18.в; 19.в; 20.в; 21.а; 22.б; 23.б; 24.б; 25.б.

**Шкала оценивания**

**Устный опрос**

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания при проведении устного опроса является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умение применять полученные знания на практике, овладение навыками бухгалтерского управленческого учета, организации комплексного экономического и финансового анализа, оценки результатов и эффективности финансово-хозяйственной деятельности организаций различных организационно-правовых форм, включая финансово-кредитные, органов государственной власти и местного самоуправления.

При оценивании результатов устного опроса используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет применять полученные знания на практике, владеет навыками бухгалтерского управленческого учета, организации комплексного экономического и финансового анализа, оценки результатов и эффективности финансово-хозяйственной деятельности организаций различных организационно-правовых форм, включая финансово-кредитные, органов государственной власти и местного самоуправления.
89% - 75%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет применять полученные знания на практике в отдельных сферах профессиональной деятельности, владеет основными навыкам бухгалтерского управленческого учета, организации комплексного экономического и финансового анализа, оценки результатов и эффективности финансово-хозяйственной деятельности организаций различных организационно-правовых форм, включая

	финансово-кредитные, органов государственной власти и местного самоуправления.
74% - 60%	Учащийся демонстрирует достаточное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет использовать полученные знания для решения основных практических задач в отдельных сферах профессиональной деятельности, частично владеет основными навыками бухгалтерского управленческого учета, организации комплексного экономического и финансового анализа, оценки результатов и эффективности финансово-хозяйственной деятельности организаций различных организационно-правовых форм, включая финансово-кредитные, органов государственной власти и местного самоуправления.
менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, не умеет применять полученные знания на практике, не владеет навыками бухгалтерского управленческого учета, организации комплексного экономического и финансового анализа, оценки результатов и эффективности финансово-хозяйственной деятельности организаций различных организационно-правовых форм, включая финансово-кредитные, органов государственной власти и местного самоуправления.

### Тестирование

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критерием оценивания при проведении тестирования, является количество верных ответов, которые дал студент на вопросы теста. При расчете количества баллов, полученных студентом по итогам тестирования, используется следующая формула:

$$B = \frac{B}{O} \times 100\% ,$$

где Б – количество баллов, полученных студентом по итогам тестирования;

В – количество верных ответов, данных студентом на вопросы теста;

О – общее количество вопросов в тесте.

### Проверка реферата

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при проверке реферата во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания при проверке реферата является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.

При оценивании результатов устного опроса используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.
89% - 75%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.
74% - 60%	Учащийся демонстрирует достаточное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.
менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.

## 5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

### 5.1. Методы проведения экзамена

Экзамен проводится с применением следующих методов: метод устного опроса по вопросам из перечня примерных вопросов из п.5.2.

### 5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

## Типовые оценочные средства

### Типовые вопросы к экзамену

1. Понятие и сущность цены. Функции цены в современной экономике.
2. Связь категории «цена» с другими экономическими категориями.
3. Система цен в экономике. Основные виды цен.
4. Базовые элементы цены.
5. Исторические этапы развития ценообразования в России (реформы оптовых и розничных цен).
6. Система цен при плановой экономике. Её достоинства и недостатки.
7. Либерализация цен. Сущность и результаты проведения.
8. Ценовая политика фирмы. Ее типичные задачи.
9. Зависимость ценовой политики от типа рынка.
10. Сопоставимые (реальные) и действующие (номинальные) цены.

### Шкала оценивания

При оценивании результатов обучения используется следующая шкала оценок:

100% - 90% (отлично)	Этапы формирования компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на высоком уровне. Свободное владение материалом, выявление межпредметных связей. Уверенное владение понятийным аппаратом дисциплины. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы на высоком уровне. Способность к самостоятельному нестандартному решению практических задач
89% - 75% (хорошо)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы достаточно. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Присутствуют навыки самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества.
74% - 60% (удовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на минимальном уровне. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала, в т.ч. в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере.
менее 60% (неудовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по дисциплине. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности не сформированы.

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

### **Методические рекомендации по написанию рефератов**

Реферат является индивидуальной самостоятельно выполненной работой студента. Тему реферата студент выбирает из перечня тем, рекомендуемых преподавателем, ведущим соответствующую дисциплину. Реферат, как правило, должен содержать следующие структурные элементы: Титульный лист Содержание Введение Основная часть Заключение Список литературы Приложения (при необходимости).

Требования к объему: не более 15 страниц. Оформление: Шрифт Times New Roman, 12 шрифт, 1,5 интервала, 1,5 см абзацный отступ. Оригинальность по системе Антиплагиат.ВУЗ – не менее 60 процентов.

### **Рекомендации по планированию и организации времени, необходимого на изучение дисциплины**

#### **Структура времени, необходимого на изучение дисциплины**

Форма изучения дисциплины	Время, затрачиваемое на изучение дисциплины, %
Изучение литературы, рекомендованной в учебной программе	40
Решение задач, практических упражнений и ситуационных примеров	40
Изучение тем, выносимых на самостоятельное рассмотрение	20
Итого	100

### **Рекомендации по подготовке к практическому (семинарскому) занятию**

Практическое (семинарское) занятие - одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой коллективное обсуждение студентами теоретических и практических вопросов, решение практических задач под руководством преподавателя. Основной целью практического (семинарского) занятия является проверка глубины понимания студентом изучаемой темы, учебного материала и умения изложить его содержание ясным и четким языком, развитие самостоятельного мышления и творческой активности у студента. На практических (семинарских) занятиях предполагается рассматривать наиболее важные, существенные, сложные вопросы которые, наиболее трудно усваиваются студентами. При этом готовиться к практическому (семинарскому) занятию всегда нужно заранее. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию включает в себя следующее:

- обязательное ознакомление с планом занятия, в котором содержатся основные вопросы, выносимые на обсуждение;
- изучение конспектов лекций, соответствующих разделов учебника, учебного пособия, содержания рекомендованных нормативных правовых актов;
- работа с основными терминами (рекомендуется их выучить);
- изучение дополнительной литературы по теме занятия, делая при этом необходимые выписки, которые понадобятся при обсуждении на семинаре;
- формулирование своего мнения по каждому вопросу и аргументированное его обоснование;

- запись возникших во время самостоятельной работы с учебниками и научной литературы вопросов, чтобы затем на семинаре получить на них ответы;
- обращение за консультацией к преподавателю.

Практические (семинарские) занятия включают в себя и специально подготовленные рефераты, выступления по какой-либо сложной или особо актуальной проблеме, решение задач. На практическом (семинарском) занятии студент проявляет свое знание предмета, корректирует информацию, полученную в процессе лекционных и внеаудиторных занятий, формирует определенный образ в глазах преподавателя, получает навыки устной речи и культуры дискуссии, навыки практического решения задач.

### **Рекомендации по изучению методических материалов**

Методические материалы по дисциплине позволяют студенту оптимальным образом организовать процесс изучения данной дисциплины. Методические материалы по дисциплине призваны помочь студенту понять специфику изучаемого материала, а в конечном итоге – максимально полно и качественно его освоить. В первую очередь студент должен осознать предназначение методических материалов: структуру, цели и задачи. Для этого он знакомится с преамбулой, оглавлением методических материалов, говоря иначе, осуществляет первичное знакомство с ним. В разделе, посвященном методическим рекомендациям по изучению дисциплины, приводятся советы по планированию и организации необходимого для изучения дисциплины времени, описание последовательности действий студента («сценарий изучения дисциплины»), рекомендации по работе с литературой, советы по подготовке к экзамену и разъяснения по поводу работы с тестовой системой курса и над домашними заданиями. В целом данные методические рекомендации способны облегчить изучение студентами дисциплины и помочь успешно сдать экзамен. В разделе, содержащем учебно-методические материалы дисциплины, содержание практических занятий по дисциплине, словарь основных терминов дисциплины.

### **Рекомендации по самостоятельной работе студентов**

Неотъемлемым элементом учебного процесса является самостоятельная работа студента. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для современной подготовки специалистов. Формы самостоятельной работы студентов по дисциплине: написание конспектов, подготовка ответов к вопросам, написание рефератов, решение задач, исследовательская работа, выполнение контрольной работы.

Задания для самостоятельной работы включают в себя комплекс аналитических заданий выполнение, которых, предполагает тщательное изучение научной и учебной литературы, периодических изданий, а также законодательных и нормативных документов предлагаемых в п.6.4 «Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине». Задания предоставляются на проверку в печатном виде.

### **Рекомендации по работе с литературой**

При изучении курса учебной дисциплины особое внимание следует обратить на рекомендуемую основную и дополнительную литературу.

Важным элементом подготовки к семинару является глубокое изучение основной и дополнительной литературы, рекомендованной по теме занятия, а также первоисточников. При этом полезно прочитанную литературу законспектировать. Конспект должен отвечать трем требованиям: быть содержательным, по возможности кратким и правильно оформленным.

Содержательным его следует считать в том случае, если он передает все основные мысли авторов в целостном виде. Изложить текст кратко – это значит передать содержание книги, статьи в значительной мере своими словами. При этом следует придерживаться правила - записывать мысль автора работы лишь после того, как она хорошо понята. В таком случае поставленная цель будет достигнута. Цитировать авторов изучаемых работ (с обязательной ссылкой на источник) следует в тех случаях, если надо записывать очень важное определение или положение, обобщающий вывод.

Важно и внешнее оформление конспекта. В его начале надо указать тему семинара, дату написания, названия литературных источников, которые будут законспектированы. Глубокая самостоятельная работа над ними обеспечит успешное усвоение изучаемой дисциплины.

Одним из важнейших средств серьезного овладения теорией является **конспектирование первоисточников.**

Для составления конспекта рекомендуется сначала прочитать работу целиком, чтобы уяснить ее общий смысл и содержание. При этом можно сделать пометки о ее структуре, об основных положениях, выводах, надо стараться отличать в тексте основное от второстепенного, выводы от аргументов и доказательств. Если есть непонятные слова, надо в энциклопедическом словаре найти, что это слово обозначает. Закончив чтение (параграфа, главы, статьи) надо задать себе вопросы такого рода: В чем главная мысль? Каковы основные звенья доказательства ее? Что вытекает из утверждений автора? Как это согласуется с тем, что уже знаете о прочитанном из других источников?

Ясность и отчетливость восприятия текста зависит от многого: от сосредоточенности студента, от техники чтения, от настойчивости, от яркости воображения, от техники фиксирования прочитанного, наконец, от эрудиции – общей и в конкретно рассматриваемой проблеме.

Результатом первоначального чтения должен быть простой **план текста и четкое представление о неясных местах**, отмеченных в книге. После предварительного ознакомления, при повторном чтении следует **выделить основные мысли автора** и их развитие в произведении, обратить внимание на обоснование отдельных положений, на методы и формы доказательства, наиболее яркие примеры. В ходе этой работы окончательно отбирается материал для записи и определяется ее вид: **план, тезисы, конспект.**

План это краткий, последовательный перечень основных мыслей автора. Запись прочитанного в виде тезисов – значит выявить и записать опорные мысли текста. Разница между планом и тезисами заключается в следующем: в плане мысль называется (ставь всегда вопрос: о чем говорится?), в тезисах – формулируется – (что именно об этом говорится?). Запись опорных мыслей текста важна, но полного представления о прочитанном на основании подобной записи не составишь. Важно осмыслить, как автор доказывает свою мысль, как убеждает в истинности своих выводов. Так возникает конспект. Форма записи, как мы уже отметили, усложняется в зависимости от целей работы: план – о чем?; тезисы – о чем? что именно?; конспект – о чем? что именно? как?

Конспект это краткое последовательное изложение содержания. Основу его составляет план, тезисы и выписки. Недостатки конспектирования: многословие, цитирование не основных, а связующих мыслей, стремление сохранить стилистическую связанность текста в ущерб его логической стройности. Приступать к конспектированию необходимо тогда, когда сложились навыки составления записи в виде развернутого подробного плана.

Форма записи при конспектировании требует особого внимания: важно, чтобы собственные утверждения, размышления над прочитанным, четко отделялись при записи. Разумнее выносить свои пометки на широкие поля, записывать на них дополнительные справочные данные, помогающие усвоению текста (дата события, упомянутого авторами; сведения о лице, названном в книге; точное содержание термина). Если конспектируется

текст внушительного объема, необходимо указывать страницы книги, которые охватывает та или иная часть конспекта.

Для удобства пользования своими записями важно озаглавить крупные части конспекта, подчеркивая **заголовки**. Следует помнить о назначении красной строки, стремиться к четкой графике записей - уступами, колонками. Излагать главные мысли автора и их систему аргументов - необходимо преимущественно своими словами, перерабатывая таким образом информацию, – так проходит уяснение ее сути. Мысль, фразы, понятия в контексте, могут приобрести более пространное изложение в записи. Но текст оригинала свертывается, и студент, отработывая логическое мышление, учиться выделять главное и обобщать однотипные суждения, однородные факты. Кроме того, делая записи своими словами, обобщая, студент учится письменной речи.

Знание общей стратегии чтения, техники составления плана и тезисов определяет и технологию конспектирования

- Внимательно читать текст, попутно отмечая непонятные места, незнакомые термины и понятия. **Выписать на поля** значение отмеченных понятий.

- При первом чтении текста необходимо составить его **простой план**, последовательный перечень основных мыслей автора.

- При повторном чтении текста выделять **систему доказательств** основных положений работы автора.

- Заключительный этап работы с текстом состоит в осмыслении ранее отмеченных мест и их краткой последовательной записи.

- При конспектировании нужно стремиться **выразить мысль автора своими словами**, это помогает более глубокому усвоению текста.

- В рамках работы над первоисточником важен умелый **отбор цитат**. Необходимо учитывать, насколько ярко, оригинально, сжато изложена мысль. Цитировать необходимо те суждения, на которые впоследствии возможна ссылка как на авторитетное изложение мнения, вывода по тому или иному вопросу.

Конспектировать целесообразно не на отдельном листе, а в общей тетради на одной странице листа. Обратная сторона листа может быть использована для дополнений, необходимость которых выяснится в дальнейшем. При конспектировании литературы следует оставить широкие поля, чтобы записать на них план конспекта. Поля могут быть использованы также для записи своих замечаний, дополнений, вопросов. При выступлении на семинаре студент может пользоваться своим конспектом для цитирования первоисточника. Все участники занятия внимательно слушают выступления товарищей по группе, отмечают спорные или ошибочные положения в них, вносят поправки, представляют свои решения и обоснования обсуждаемых проблем.

В конце семинара, когда преподаватель занятия подводит итоги, студенты с учетом рекомендаций преподавателя и выступлений сокурсников, дополняют или исправляют свои конспекты.



## **7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет**

### **7.1. Основная литература.**

1. Александров, И. В. Расследование налоговых преступлений : учебное пособие для магистров / И. В. Александров. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 405 с. — (Магистр). — ISBN 978-5-9916-3481-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/508145>

2. Липсиц, И. В. Ценообразование : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 334 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15429-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510557>

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, 2024. — 420 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16890-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535955>

### **7.2. Дополнительная литература.**

1. Маховикова, Г. А. Цены и ценообразование в коммерции : учебник для среднего профессионального образования / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03696-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477854>

2. Ценообразование на основе больших данных: теоретические аспекты : доклад / А. Е. Шаститко, О. А. Маркова, А. И. Мелешкина, А. Н. Морозов. — Москва : Дело РАНХиГС, 2021. — 52 с. — ISBN 978-5-85006-328-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/199259>

### **7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация**

1. Конституция Российской Федерации. — М.: Б.и., 1993.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации

4. Налоговый кодекс РФ от 31.07.1998 № 146-ФЗ. Ч. 1.

5. Налоговый кодекс РФ от 05.08.2000 № 117-ФЗ. Ч. 2.

6. Федеральный закон от 20.04.2015 N 86-ФЗ «О государственном регулировании цен (тарифов) на услуги по перевозкам пассажиров, багажа, автомобильных транспортных средств, железнодорожного подвижного состава с использованием судов, обеспечивающих сообщение между морскими портами Республики Крым, города федерального значения Севастополя и морскими портами Краснодарского края, и на связанные с такими перевозками дополнительные услуги».

7. Федеральный закон от 26.03.2003 N 35-ФЗ (ред. от 28.12.2016) «Об электроэнергетике».

8. Федеральный закон от 07.12.2011 N 416-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О водоснабжении и водоотведении».

9. Федеральный закон от 27.07.2010 N 190-ФЗ (ред. от 01.05.2016) «О теплоснабжении».

10. Федеральный закон от 24.06.1998 N 89-ФЗ (ред. от 28.12.2016) «Об отходах производства и потребления».

11. Указ Президента РФ от 28.02.1995 N 221 (ред. от 30.04.2016) «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)».

12. Указ Президента РФ от 17.09.1992 N 1089 (ред. от 23.07.2001) «О государственном регулировании цен на отдельные виды энергоресурсов».

13. Указ Президента РФ от 08.07.1995 N 685 «О дополнении и признании утратившими силу некоторых актов Президента Российской Федерации по вопросам государственного регулирования тарифов».

#### **7.4. Интернет-ресурсы, справочные системы.**

1. <http://base.garant.ru/> - справочно-поисковая система «Гарант»
2. <http://www.consultant.ru/> - справочно-поисковая система «Консультант Плюс»
3. Официальный сайт Министерства финансов РФ - [minfin.ru](http://minfin.ru)
4. Официальный сайт Федеральной налоговой службы: [www.nalog.ru](http://www.nalog.ru)
5. Официальный сайт ЦБ РФ: [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru)
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики: [www.gks.ru](http://www.gks.ru)
7. Официальный сайт комитета тарифного регулирования Волгоградской области: [www.urt.volgograd.ru](http://www.urt.volgograd.ru)

#### **8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- лекционные аудитории, оборудованные видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
- помещения для проведения семинарских и практических занятий, оборудованные учебной мебелью.

Дисциплина поддержана соответствующими лицензионными программными продуктами: Microsoft Windows 7 Prof, Microsoft Office 2010, Kaspersky 8.2, СПС Гарант, СПС Консультант.

Программные средства обеспечения учебного процесса включают:

- программы презентационной графики (MS PowerPoint – для подготовки слайдов и презентаций);
- текстовые редакторы (MS WORD), MS EXCEL – для таблиц, диаграмм.

Вуз обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин, обеспечивает выход в сеть Интернет.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся включают следующую оснащенность: столы аудиторные, стулья, доски аудиторные, компьютеры с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет.

Для изучения учебной дисциплины используются автоматизированная библиотечная информационная система и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Научная электронная библиотека eLIBRARY» и др.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ»**

Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС  
Экономический факультет  
Кафедра экономики и финансов

УТВЕРЖДЕНА  
учёным советом  
Волгоградского института управления –  
филиала РАНХиГС  
Протокол №2 от 21.09.2023 г.

**ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

**Учет, анализ, аудит**

---

*(наименование магистерской программы)*

**ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ  
АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Б1.В.13 «АНАЛИЗ И КОНТРОЛЬ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ»**

---

*(код и наименование дисциплины)*

**38.04.01 Экономика**

---

*(код, наименование направления подготовки /специальности)*

**Заочная**

---

*(форма (формы) обучения)*

Год набора – 2024 г.

Волгоград, 2023 г.

## **1. Вопросы к зачету (экзамену)**

1. Понятие и сущность цены. Функции цены в современной экономике.
2. Связь категории «цена» с другими экономическими категориями.
3. Система цен в экономике. Основные виды цен.
4. Базовые элементы цены.
5. Исторические этапы развития ценообразования в России (реформы оптовых и розничных цен).
6. Система цен при плановой экономике. Её достоинства и недостатки.
7. Либерализация цен. Сущность и результаты проведения.
8. Ценовая политика фирмы. Ее типичные задачи.
9. Зависимость ценовой политики от типа рынка.
10. Сопоставимые (реальные) и действующие (номинальные) цены.
11. Виды цен, устанавливаемых производителями на свою продукцию. Контроль над ценами в производстве.
12. Дифференциация цен, ее сущность и варианты.
13. Ценовая дискриминация, ее типы.
14. Методы государственного регулирования цен внутреннего рынка и контроль за их использованием.
15. Уровни государственного контроля над ценами в РФ.
16. Воздействие государства на экспортные цены (товарный и валютный демпинг, экспортное субсидирование, девальвация, таможенно-тарифное регулирование).
17. Ценовая стратегия предприятия. Основные этапы разработки ценовой стратегии. Типы ценовой стратегии.
18. Мировая цена. Источники информации о мировых ценах.
19. Расчет импортной цены.
20. Расчет экспортной цены.
21. Основные факторы, определяющие движение цен в международной торговле.
22. Основные методы установления цен: затратный и ценностный.
23. Этапы расчета цен. Методы определения базисной цены.
24. Установление верхней и нижней границы цены (её максимального и минимального уровня), а также её оптимального уровня в практике отечественных предприятий.
25. Полная калькуляция и калькуляция прямых затрат при установлении цены.

## **2. Тестовые материалы**

### **1. «Ценообразование» - это:**

а) формирование цен государственными органами в целях обеспечения общественного воспроизводства теми темпами и пропорциями, которые соответствуют требованиям законов;

б) процесс формирования уровней, структуры, динамики цен, образующих единую систему, в целях обеспечения общественного воспроизводства теми темпами и пропорциями, которые соответствуют развитию экономики в каждом конкретном периоде времени;

в) формирование цен, при которых производитель товара получает максимальную прибыль, происходит расширение рынков сбыта и увеличение объемов продаж.

### **2. Сущность стимулирующей функции цены:**

а) с помощью механизма цен происходит перелив капитала в те сектора экономики, в развитие производств, где имеется высокая норма прибыли;

б) варьируется уровень прибыли в цене, что побуждает производителя улучшать качественные параметры товаров, обновлять ассортимент, сокращать нерациональные перевозки и т.д.;

в) свертывается производство продукции, не пользующейся спросом, а стимулируется направление ресурсов на увеличение производства необходимой рынку продукции.

### **3. По способу фиксации цены подразделяются на следующие виды:**

а) оптовые, розничные, закупочные;

б) свободные, регулируемые;

в) твердые, с последующей фиксацией, скользящие.

### **4. Средневзвешенная цена на готовые товары и услуги в конкретный момент времени – это...**

а) трансфертная цена;

б) уровень цен;

в) сопоставимая цена.

### **5. Структуру отпускной цены предприятия составляют следующие базисные элементы:**

а) себестоимость продукции, прибыль производителя, сбытовая наценка;

б) себестоимость продукции, прибыль производителя, сбытовая наценка, акциз, НДС, торговая наценка;

в) таможенная стоимость товара в рублях, импортная таможенная пошлина, торговая наценка, акциз, НДС;

г) себестоимость продукции, прибыль производителя, сбытовая наценка, акциз, НДС.

### **6. Сопоставимая цена – это:**

а) цена «в текущих денежных единицах», представляет собой номинальную цену товара;

б) цена «в постоянных денежных единицах», представляет собой величину, рассчитанную относительно совокупного показателя цен (индекс потребительских цен);

в) цена «чистая», представляет собой выручку от продажи или общий платеж за покупку после вычета или, соответственно, прибавления всех расходов связанных с продажей, покупкой.

### **7. “Ценовая политика” – это:**

а) набор методов, с помощью которых принципы ценообразования можно реализовать на практике;

б) продажа товаров согласно утвержденному руководством фирмы сборнику цен (прейскуранту);

в) общие принципы, которых компания собирается придерживаться в сфере установления цен на свои товары или услуги.

### **8. При использовании метода ценообразования на основе ощущаемой ценности товара:**

а) основным фактором ценообразования является покупательское восприятие;

б) фирма отталкивается в основном от цен конкурентов в данной отрасли;

в) фирма ориентируется в большей степени на собственные издержки.

### **9. Убыточный лидер продаж – это:**

а) товар, величина спроса на который может снизиться при повышении доходов покупателя;

б) товар, продаваемый фирмой с минимальной прибылью или даже без нее ради привлечения покупателей к покупке других ее товаров;

в) товар, цена на который устанавливается на уровне более низком, чем по мнению большинства покупателей, заслуживает товар с данной экономической ценностью. При этом большая масса прибыли получается за счет увеличения объема продаж.

**10. “Зонтик цен” – это:**

- а) формирование лидирующими фирмами в определенном сегменте рынка цен с повышенной рентабельностью;
- б) существующие одновременно соотношения цен на разные модели или модификации одного и того же товара одной фирмы или всех фирм, действующих на данном рынке;
- в) максимально возможное снижение цен на конкурентный товар на рынке, обеспечивающее увеличение спроса и провоцирующее конкурентов начать «гонку снижения цен» на выживание.

**11. В чем состоит основная слабость и неудобство чисто затратного ценообразования:**

- а) не всегда у фирмы есть специалисты и менеджеры, которые владеют более совершенными методами ценообразования;
- б) затратное ценообразование опирается на внутрифирменную информацию (бухгалтерская отчетность и документы, регламентирующие величину наценок);
- в) затратный метод использует как основу определения цены средние переменные затраты.

**12. Почему после 10 часов вечера тарифы на междугородные телефонные разговоры устанавливаются на более низком уровне?**

- а) используются дифференцированные тарифы, поскольку выгодно иметь как можно меньшие резервные мощности;
- б) делается скидка для привлечения наименее обеспеченных клиентов к потреблению этого вида услуг;
- в) по соображениям благотворительности.

**13. Определите, в каком случае используется затратное ценообразование:**

- а) в качестве отправной точки принимаются фактические затраты фирмы на производство и организацию сбыта товаров;
- б) установление цен таким образом, чтобы это обеспечивало фирме получение большей прибыли за счет достижения выгодного для нее соотношения «ценность/затраты»;
- в) установление цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и целевого уровня прибыльности операций.

**14. К какому типу стратегических игр относятся ценовые войны:**

- а) игра с отрицательной суммой выигрыша;
- б) игра с положительной суммой выигрыша;
- в) двухмерный маркетинговый план.

**15. Какой из методов конкурентной борьбы не относится к ценовой конкуренции:**

- а) гарантийные условия;
- б) ценовой зонтик;
- в) «надстройка шпиля».

**16. Поставив перед собой задачу ценообразования, зная график спроса и расчетную сумму издержек, фирма готова перейти к следующему этапу расчета исходной цены товара, на котором происходит:**

- а) выбор метода ценообразования;
- б) установление окончательной цены;
- в) анализ цен и товаров конкурентов.

**17. Какое из приведенных ниже объявлений свидетельствует о проведении фирмой политики ценовой дискриминации:**

- а) «широкий выбор автомобильных холодильников емкостью 10 л. Холодильник марки «Роса» стоит 3599 руб., марки «Полюс» -3 619 руб., марки «Север» -4 639 руб.»;

б) «в продаже имеется йогурт марки «Данон». Цена за упаковку – 25 руб., за блок из 4-х упаковок – 90 руб.».

**18. Какой из методов модификации цен не относится к географической дифференциации:**

- а) зональная цена;
- б) цена фрахтового базиса;
- в) цена-приманка.

**19. В каком случае используется стратегия ценового прорыва:**

а) установление цен исходя из того соотношения «цена/ценность», которое соответствует большинству других продаваемых на рынке аналогичных товаров;

б) установление цен на уровне более высоком, чем, по мнению большинства покупателей, должен стоить товар с данной экономической ценностью, и получение выгоды от высокой прибыльности продаж в узком сегменте рынка;

в) установление цен на уровне более низком, чем, по мнению большинства покупателей, заслуживает товар с данной экономической ценностью, и получение большой массы прибыли за счет увеличения объема продаж и захваченной доли рынка.

**20. На основе какого рекламного лозунга можно выстроить стратегию премиального ценообразования для рынка детской одежды:**

а) «Недорогая и качественная одежда для ваших детей. Одни из самых низких цен в регионе – радостно для малыша, необременительно для родительского кошелька»;

б) «Ваш малыш – яркая личность? Тогда одевайте его у нас – стильно, удобно, практично, современно. Приемлемые цены, скидки и подарки для новорожденных»;

в) «Дети – самое драгоценное в вашей жизни. Так пусть наша одежда из чисто натуральных волокон будет достойной оправой для этих драгоценностей!».

**21. Каким образом при реализации стратегии ступенчатых премий (ступенчатого снижения цен) можно избежать падения продаж из-за воздержания покупателей от покупок?:**

а) осуществлять снижение цен реже, что порождает для покупателей потери из-за воздержания от использования желанного товара;

б) добиться существенного удешевления товара за счет сокращения величины удельных постоянных затрат;

в) инвестировать крупные средства в маркетинговые программы.

**22. В каком случае имеет место модификация цен в зависимости от имиджа:**

а) театр варьирует цены на входные билеты в зависимости от предпочтений публики по расположению посадочных мест;

б) изготовитель лимонада заменяет в напитке сахар на сахарин и продает его дороже в качестве диетического напитка с пониженным содержанием калорий;

в) зимние сапоги весной продаются по более низким ценам, чем осенью.

**23. На каком этапе формирования ценовой стратегии происходит анализ конкуренции:**

а) сбор исходной информации;

б) стратегический анализ;

в) формирование стратегии.

**24. Какая стратегия лежит в основе системы продаж товаров по телевизору:**

а) стратегия премиального ценообразования;

б) стратегия ценового прорыва;

в) нейтральная стратегия ценообразования.

**25. Степень реакции изменения спроса на изменение цены – это...**

а) паритет цен;

б) эластичность спроса по цене;

в) ценовая скидка.

### **3. Ключи (ответы) к оценочным материалам**

Ответы на вопросы теста: 1.а; 2.б; 3.б; 4.б; 5.г; 6.б; 7.в; 8.а; 9.б; 10.а; 11.в; 12.а; 13.а; 14.а; 15.а; 16.в; 17.б; 18.в; 19.в; 20.в; 21.а; 22.б; 23.б; 24.б; 25.б.