

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
(РГТЭУ)

Кафедра коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг

Сергееenko Г.Г.
"Ценообразование"

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Казань 2013 г.

Рекомендовано к печати учебно-методическим советом
по управлению качеством образования КИ (филиала) ГОУ ВПО РГТЭУ

Рецензенты:

О.А. Шипшова, к.э.н., доцент кафедры «Коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг» КИ (филиала) ГОУ ВПО «РГТЭУ»;

Г.С. Рахимова, к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов Казанского кооперативного института АНО ВПО ЦС РФ «Российский университет кооперации»

Сергеенко Г.Г.

С 32 Ценообразование: учебное пособие для студентов дневного отделения. — Казань: РИЦ, 2013.- 56 с.

ISBN 978-5-4378-0044-7

Настоящее учебное пособие предназначено студентам дневной формы обучения Казанского института (филиала) РГТЭУ для помощи в самостоятельном изучении курса «Ценообразование» и составлено в соответствии государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования.

В основу пособия положен курс лекций, вопросы для самоконтроля, тестовые задания, методика решения задач, деловая игра и список литературы.

Содержание

Введение	4
Курс лекций	6
Раздел 1. Основные вопросы ценообразования	6
<i>Глава 1. Основы рыночного ценообразования</i>	6
<i>Глава 2. Экономические функции цены</i>	7
<i>Глава 3. Ценообразующие факторы</i>	7
<i>Вопросы самоконтроля</i>	7
<i>Тестовые задания</i>	8
Раздел 2. Методология рыночного ценообразования	9
<i>Глава 1. Методы и принципы ценообразования</i>	9
<i>Глава 2. Ценовая политика и ценовая стратегия</i>	10
<i>Вопросы самоконтроля</i>	11
<i>Тестовые задания</i>	11
Раздел 3. Методологические особенности ценообразования в России	12
<i>Глава 1. Себестоимость в составе цены</i>	12
<i>Глава 2. Прибыль в составе цены</i>	13
<i>Глава 3. Налог в составе цены</i>	13
<i>Вопросы самоконтроля</i>	13
<i>Тестовые задания</i>	14
Раздел 4. Система цен	15
<i>Глава 1. Виды цен и их классификация</i>	15
<i>Глава 2. Состав и структура цены</i>	17
<i>Глава 3. Оптовые и торговые надбавки</i>	17
<i>Вопросы самоконтроля</i>	18
<i>Тестовые задания</i>	18
Раздел 5. Регулирование цен	20
<i>Глава 1. Методы регулирования цен</i>	20
<i>Вопросы самоконтроля</i>	22
<i>Тестовые задания</i>	22
Раздел 6. Ценообразование на транспортные услуги	23
<i>Глава 1. Транспортные тарифы</i>	23
<i>Глава 2. Тарифы на железнодорожный транспорт</i>	24
<i>Глава 3. Тарифы на водный транспорт</i>	26
<i>Глава 4. Тарифы на автомобильный транспорт</i>	26
<i>Вопросы самоконтроля</i>	27
<i>Тестовые задания</i>	27
Раздел 7. Цены на мировом рынке	28
<i>Глава 1. Мировые цены</i>	28
<i>Глава 2. Виды мировых цен</i>	29
Раздел 8. Решение задач	30
Раздел 9. Деловая игра	34
Раздел 10. Выездное занятие	46
Раздел 11. Итоговый контроль	47
Рекомендуемая литература	50

Введение.

Внедрение в экономику рыночных отношений меняет значение цены в экономических процессах.

В рыночном хозяйстве цене принадлежит ключевая роль, от которой во многом зависят размеры доходов и расходов предприятия, его благополучие.

Цены тесно связаны с законами стоимости, спроса и предложения, с такими экономическими категориями, как финансы, кредит, прибыль, налоги и другие.

Разработка ценовой политики предусматривает не только установление уровня цен, но формирование стратегической ценовой позиции фирм на рынке как по отдельному товару на всём протяжении его жизненного цикла, так в комплексе по всей товарной номенклатуре.

Стратегические ценовые установки позволяют определить рыночную долю в прогнозируемом периоде, объём прибыли, обеспечивают определённый резерв финансовых ресурсов.

Ценовая политика предприятия определяет его лицо в той же мере, что и качество товаров, платежеспособность, надёжность выполнения обязательств.

В современной экономической науке ценообразование представлено как раздел экономической теории, маркетинга, менеджмента. Однако ценообразование является самостоятельной учебной дисциплиной, имеющей свой предмет и метод.

Курс «Ценообразование» даёт возможность будущим финансистам, маркетологам, экономистам и т.д., более полно овладеть вопросами экономики финансов предприятия и маркетинга, сила которых в системности и целостности, проработанности всех их составляющих и элементов. Теоретические знания и практические навыки в области ценообразования, способствующие повышению уровня компетенции, предлагают выбор грамотного решения с учётом специфики товарных рынков.

Цель курса заключается в изучении студентами экономически обоснованной методики установления цен, ценовой политики, последовательной их реализации для эффективного функционирования предприятий в условиях рыночных отношений.

Формирование рыночных отношений в отечественной экономике предъявляет новые требования к ценообразованию. Поэтому успешное использование рыночных методов ценообразования требует изучения его теоретических основ, лучшей зарубежной практики и особенностей развития экономики России в современных условиях.

Конечная цель курса состоит в том, чтобы студенты на основе приобретения знаний в дальнейшем смогли принимать компетентные решения в области ценообразования на микроуровне с учётом конкретных ситуаций на товарных рынках.

В результате освоения курса студенты должны знать:

- роль цены в современном хозяйственном механизме;
- основы и методологии рыночного ценообразования;

- методологические особенности ценообразования в России;
- формирование свободных цен, в том числе особенности ценообразования на импортные товары;
- сущность и методы регулирования цен;
- особенности формирования цен в отдельных отраслях народного хозяйства;
- ценообразование на рынке транспортных услуг;
- ценообразование на мировом товарном рынке.

В ходе изучения дисциплины студенты должны уметь:

- применять теоретические знания в области ценообразования в рыночных условиях;
- ориентироваться в выборе обоснованной ценовой стратегии, тактике и правильной методики установления цен на рынках конкретных товаров и услуг;
- владеть техникой расчёта, уметь определять различные виды цен, цены и соответствующие надбавки к ним с учётом различных ценообразующих факторов;
- решать конкретные вопросы ценообразования в различных отраслях экономики, возникающие в практической деятельности специалистов.

Владеть:

- техникой расчета цены
- основными понятиями, определенными в предшествующих дисциплинах, экономическими, статистическими, товароведными и управленческими методами, а также нормативно-правовой базой профессиональной деятельности.