

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: КУЗНЕЦОВ АЛЕКСАНДР ИГОРЕВИЧ
Должность: РЕКТОР
Дата подписания: 02.02.2026 15:20:23
Уникальный программный ключ:
0ec0d544ced914f6d2e031d381fc0ed0880d90a0



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Шифр	Наименование дисциплины (модуля)
Б1.В	Ценообразование

Код направления подготовки	44.03.04
Направление подготовки	Профессиональное обучение (по отраслям)
Наименование (я) ОПОП (направленность / профиль)	Экономика и управление
Уровень образования	бакалавр
Форма обучения	очная

Разработчики:

Должность	Учёная степень, звание	Подпись	ФИО
Доцент	кандидат педагогических наук		Демтцова Светлана Сергеевна

Рабочая программа рассмотрена и одобрена (обновлена) на заседании кафедры (структурного подразделения)

Кафедра	Заведующий кафедрой	Номер протокола	Дата протокола	Подпись
Кафедра экономики, управления и права	Корнеев Дмитрий Николаевич	3	18.11.2025	

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	3
2. Трудоемкость дисциплины (модуля) и видов занятий по дисциплине (модулю)	4
3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	5
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	12
5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	13
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	17
7. Перечень образовательных технологий	19
8. Описание материально-технической базы	20

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Дисциплина «Ценообразование» относится к модулю части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины/модули» основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 44.03.04 «Профессиональное обучение (по отраслям)» (уровень образования бакалавр). Дисциплина является дисциплиной по выбору.

1.2 Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 час.

1.3 Изучение дисциплины «Ценообразование» основано на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении обучающимися следующих дисциплин: «Анализ хозяйственной деятельности», «Государственное регулирование экономики», «Менеджмент», «Теория бухгалтерского учета», «Экономика труда», «Экономическая теория», «Статистика», «Правоведение», «Финансы, денежное обращение и кредит».

1.4 Дисциплина «Ценообразование» формирует знания, умения и компетенции, необходимые для освоения следующих дисциплин: «Маркетинг», «Налоги и налогообложение», «Экономика отрасли», «Бухгалтерский учет, экономический анализ, аудит».

1.5 Цель изучения дисциплины:

формирование у студентов системы знаний об общих основах ценовой политики и ценовой стратегии, роли цены в современной рыночной экономике, изучение методологии и методики рыночного ценообразования, методологических особенностей ценообразования в России, изучение состава и структуры цен, особенностей формирования и регулирования цен в отдельных отраслях народного хозяйства

1.6 Задачи дисциплины:

1) формирование у студентов понимания необходимости использования знаний о сущности, составе и структуре цены – одной из важнейших экономических категорий, о системе цен, их видах

2) вооружение студентов знаниями методических вопросов формирования цен на основных товарных рынках, государственной политики в области ценообразования и значении их при решении задач в профессиональной деятельности

3) ознакомление студентов с особенностями ценовой политики и стратегии фирм на внутреннем и внешнем рынке

1.7 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

№ п/п	Код и наименование компетенции по ФГОС
Код и наименование индикатора достижения компетенции	
1	ПК-7 владеет методами анализа экономических моделей, статистических данных для повышения эффективности профессиональной деятельности
	ПК.7.1 Знать виды и характеристики экономических систем и моделей
	ПК.7.2 Уметь применять методы анализа статистических данных для повышения эффективности профессиональной деятельности
	ПК.7.3 Владеть методами и приемами анализа статистических данных для решения профессиональных задач

№ п/п	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Образовательные результаты по дисциплине
1	ПК.7.1 Знать виды и характеристики экономических систем и моделей	3.1 виды и характеристики экономических систем, моделей, виды и структуру цен
2	ПК.7.2 Уметь применять методы анализа статистических данных для повышения эффективности профессиональной деятельности	У.1 применять методы анализа статистических данных, методы расчета ценовых показателей для повышения эффективности профессиональной деятельности
3	ПК.7.3 Владеть методами и приемами анализа статистических данных для решения профессиональных задач	В.1 методами и приемами анализа статистических данных, методами расчета ценовых показателей для решения профессиональных задач

2. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДОВ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Наименование раздела дисциплины (темы)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Итого часов
	Л	ПЗ	СРС	
Итого по дисциплине	16	16	40	72
Первый период контроля				
Общая теория ценообразования	8	8	20	36
Ценообразование и характеристика рынка	2	2	4	8
Характеристика базовых подходов к определению цены.	2	2	4	8
Функции цен. Структура и виды цен				
Зависимость ценообразования от типа рынка	2	2	4	8
Методы государственного регулирования цен	2	2	4	8
Понятие, этапы и факторы маркетингового ценообразования			4	4
Прикладные вопросы ценообразования	8	8	20	36
Методы ценообразования	2	2	4	8
Стратегии ценообразования. Тактические приемы в ценообразовании	2	2	4	8
Особенности регулирования ценообразования в зарубежных странах	2	2	4	8
Анализ цен. Основные задачи и принципы сбора ценовой информации	2	2	4	8
Вопросы ценообразования в ГК РФ и НК РФ			4	4
Итого по видам учебной работы	16	16	40	72
Форма промежуточной аттестации				
Экзамен				36
Итого за Первый период контроля				108

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

3.1 Лекции

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема и содержание	Трудоемкость (кол-во часов)
1. Общая теория ценообразования	8
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-7: 3.1 (ПК.7.1)	
1.1. Ценообразование и характеристика рынка <ul style="list-style-type: none"> 1. Понятие и экономическая природа цен. Понятие ценообразования. 2. Рыночное ценообразование. Понятие и характеристика рынка. 3. Классификация рыночных структур с позиции механизма влияния на формирование рыночной цены. Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2
1.2. Характеристика базовых подходов к определению цены. Функции цен. Структура и виды цен <ul style="list-style-type: none"> 1. Эволюция теории цены. Обобщающие характеристики базовых подходов к определению цены. 2. Функции цен. 3. Структура и виды цен. Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2
1.3. Зависимость ценообразования от типа рынка <ul style="list-style-type: none"> 1. Ценообразование на рынке в совершенной конкуренции. Условия, необходимые для преобладания совершенной конкуренции. 2. Характерные черты рынка монополистической конкуренции. Равновесие цены, объема производства и затрат при монополистической конкуренции. 3. Ценообразование на олигополистическом рынке. Модель ценовых войн Берtrandа. Модель дуополии Курно. 4. Понятие естественной монополии. Цены на продукцию естественных монополий. Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2
1.4. Методы государственного регулирования цен <ul style="list-style-type: none"> 1. Методы государственного регулирования цен. 2. Классификация методов государственного регулирования цен. 3. Прямые методы государственного регулирования цен. 4. Косвенные методы государственного регулирования цен. 5. Относительная стабилизация и контроль цен. Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2
2. Прикладные вопросы ценообразования	8
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-7: В.1 (ПК.7.3), У.1 (ПК.7.2)	
2.1. Методы ценообразования <ul style="list-style-type: none"> 1. Общая характеристика методов ценообразования. 2. Затратные методы ценообразования. 3. Нормативно-параметрические методы ценообразования. 4. Методы рыночного ценообразования. 5. Методы ценообразования, ориентированные на издержки. 6. Методы ценообразования, ориентированные на спрос. 7. Методы ценообразования, ориентированные на конкуренцию. Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2

2.2. Стратегии ценообразования. Тактические приемы в ценообразовании 1. Ценовые стратегии в условиях рынка. 2. Тактические приемы в ценообразовании. Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2
2.3. Особенности регулирования ценообразования в зарубежных странах 1. Особенности регулирования цен в Японии. 2. Особенности регулирования цен в США. 3. Особенности регулирования цен в Северной Корее. 4. Особенности регулирования цен в Китае. 5. Особенности регулирования цен в странах Европы. 6. Особенности регулирования цен в странах Юго-Восточной Азии. Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2
2.4. Анализ цен. Основные задачи и принципы сбора ценовой информации 1. Анализ состояния и взаимодействия цен. 2. Основные задачи и принципы сбора ценовой информации. Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2

3.2 Практические

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема и содержание	Трудоемкость (кол-во часов)
1. Общая теория ценообразования	8
<i>Формируемые компетенции, образовательные результаты:</i>	
ПК-7: 3.1 (ПК.7.1)	
1.1. Ценообразование и характеристика рынка 1. Понятие и экономическая природа цены. Понятие ценообразования. 2. Рыночное ценообразование. Понятие и характеристика рынка. 3. Классификация рыночных структур с позиции механизма влияния на формирование рыночной цены. Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2
1.2. Характеристика базовых подходов к определению цены. Функции цен. Структура и виды цен 1. Эволюция теории цены. Обобщающие характеристики базовых подходов к определению цены. 2. Функции цен. 3. Структура и виды цен. Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2
1.3. Зависимость ценообразования от типа рынка 1. Ценообразование на рынке в совершенной конкуренции. Условия, необходимые для преобладания совершенной конкуренции. 2. Характерные черты рынка монополистической конкуренции. Равновесие цены, объема производства и затрат при монополистической конкуренции. 3. Ценообразование на олигополистическом рынке. Модель ценовых войн Берtrandа. Модель дуополии Курно. 4. Понятие естественной монополии. Цены на продукцию естественных монополий. Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2
1.4. Методы государственного регулирования цен 1. Методы государственного регулирования цен. 2. Классификация методов государственного регулирования цен. 3. Прямые методы государственного регулирования цен. 4. Косвенные методы государственного регулирования цен. 5. Относительная стабилизация и контроль цен. Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2
2. Прикладные вопросы ценообразования	8

Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-7: В.1 (ПК.7.3), У.1 (ПК.7.2)	
2.1. Методы ценообразования 1. Общая характеристика методов ценообразования. 2. Затратные методы ценообразования. 3. Нормативно-параметрические методы ценообразования. 4. Методы рыночного ценообразования. 5. Методы ценообразования, ориентированные на издержки. 6. Методы ценообразования, ориентированные на спрос. 7. Методы ценообразования, ориентированные на конкуренцию. Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2
2.2. Стратегии ценообразования. Тактические приемы в ценообразовании 1. Ценовые стратегии в условиях рынка. 2. Тактические приемы в ценообразовании. Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2
2.3. Особенности регулирования ценообразования в зарубежных странах 1. Особенности регулирования цен в Японии. 2. Особенности регулирования цен в США. 3. Особенности регулирования цен в Северной Корее. 4. Особенности регулирования цен в Китае. 5. Особенности регулирования цен в странах Европы. 6. Особенности регулирования цен в странах Юго-Восточной Азии. Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2
2.4. Анализ цен. Основные задачи и принципы сбора ценовой информации 1. Анализ состояния и взаимодействия цен. 2. Основные задачи и принципы сбора ценовой информации. Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2

3.3 СРС

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема для самостоятельного изучения	Трудоемкость (кол-во часов)
1. Общая теория ценообразования	20
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-7: 3.1 (ПК.7.1)	
1.1. Ценообразование и характеристика рынка Задание для самостоятельного выполнения студентом: Изучить основную и дополнительную литературу. Выполнить задания со стр. 114-117 учебного пособия (Косинова, Е. А. Ценообразование: теория и практика : учебное пособие / Е. А. Косинова, Е. Н. Белкина, А. Я. Казарова. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, АГРУС, 2012. — 160 с. — ISBN 978-5-9596-0728-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/47381.html). Письменно ответить на вопросы: 1. В чем суть ценообразования? 2. Каковы основные черты рынка? Выполнить задания со стр. 107-113 учебного пособия (Маркетинговое ценообразование и анализ цен : учебное пособие / Л. А. Данченок, А. Г. Иванова, С. В. Ласковец, М. В. Маркова. — Москва : Евразийский открытый институт, 2008. — 180 с. — ISBN 978-5-374-00225-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/10713.html). Решить тест по разделу. Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4	4

<p>1.2. Характеристика базовых подходов к определению цены. Функции цен. Структура и виды цен</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Изучить основную и дополнительную литературу.</p> <p>Выполнить задания со стр. 120-125 учебного пособия (Косинова, Е. А. Ценообразование: теория и практика : учебное пособие / Е. А. Косинова, Е. Н. Белкина, А. Я. Казарова. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, АГРУС, 2012. — 160 с. — ISBN 978-5-9596-0728-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/47381.html). Письменно ответить на вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Перечислите основные функции цен. 2. Каковы структура цены? Начертите схему. <p>Выполнить задания со стр. 114-116 учебного пособия (Маркетинговое ценообразование и анализ цен : учебное пособие / Л. А. Данченок, А. Г. Иванова, С. В. Ласковец, М. В. Маркова. — Москва : Евразийский открытый институт, 2008. — 180 с. — ISBN 978-5-374-00225-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/10713.html).</p> <p>Решить тест по разделу.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4</p>	4
<p>1.3. Зависимость ценообразования от типа рынка</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Изучить основную и дополнительную литературу.</p> <p>Заполнить таблицу "Порядок установления цен и степень государственного вмешательства при определении их уровней на различных рынках". Названия столбцов таблицы: тип рынка, Характеристика рынка, порядок установления цен, степень государственного вмешательства.</p> <p>Решить тест по разделу.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4</p>	4
<p>1.4. Методы государственного регулирования цен</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Изучить основную и дополнительную литературу.</p> <p>Прочитать Главу 7 со стр. 86-96 учебного пособия (Косинова, Е. А. Ценообразование: теория и практика : учебное пособие / Е. А. Косинова, Е. Н. Белкина, А. Я. Казарова. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, АГРУС, 2012. — 160 с. — ISBN 978-5-9596-0728-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/47381.html).</p> <p>Письменно ответьте на вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Насколько государственные органы власти самостоятельны в принятии экономических решений? Какова их зависимость от политической и экономической ситуации в стране? 2. Почему цели и результаты регулирования не всегда совпадают? Приведите примеры. 3. Возможно ли избежать отрицательных последствий вмешательства правительства в экономику? 4. Как проходила либерализация цен в нашей стране? Какие негативные последствия и позитивные результаты она имела? <p>Решить тест по разделу.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4, 5</p>	4

<p>1.5. Понятие, этапы и факторы маркетингового ценообразования</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Изучить основную и дополнительную литературу.</p> <p>Выполнить задания со стр. 116-130 учебного пособия (Маркетинговое ценообразование и анализ цен : учебное пособие / Л. А. Данченок, А. Г. Иванова, С. В. Ласковец, М. В. Маркова. — Москва : Евразийский открытый институт, 2008. — 180 с. — ISBN 978-5-374-00225-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/10713.html).</p> <p>Решить тест по разделу.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1</p> <p>Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1</p>	4
2. Прикладные вопросы ценообразования	20
<p>Формируемые компетенции, образовательные результаты:</p> <p>ПК-7: В.1 (ПК.7.3), У.1 (ПК.7.2)</p>	
<p>2.1. Методы ценообразования</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Изучить основную и дополнительную литературу.</p> <p>Выполнить задания со стр. 125-131 учебного пособия (Косинова, Е. А. Ценообразование: теория и практика : учебное пособие / Е. А. Косинова, Е. Н. Белкина, А. Я. Казарова. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, АГРУС, 2012. — 160 с. — ISBN 978-5-9596-0728-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/47381.html).</p> <p>Выполнить задания со стр. 157-171 учебного пособия (Маркетинговое ценообразование и анализ цен : учебное пособие / Л. А. Данченок, А. Г. Иванова, С. В. Ласковец, М. В. Маркова. — Москва : Евразийский открытый институт, 2008. — 180 с. — ISBN 978-5-374-00225-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/10713.html).</p> <p>Решить ситуационные задачи и кейс по разделу.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 3</p>	4
<p>2.2. Стратегии ценообразования. Тактические приемы в ценообразовании</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Изучить основную и дополнительную литературу.</p> <p>Выполнить задания со стр. 137-140 учебного пособия (Косинова, Е. А. Ценообразование: теория и практика : учебное пособие / Е. А. Косинова, Е. Н. Белкина, А. Я. Казарова. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, АГРУС, 2012. — 160 с. — ISBN 978-5-9596-0728-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/47381.html).</p> <p>Выполнить задания со стр. 139-157 учебного пособия (Маркетинговое ценообразование и анализ цен : учебное пособие / Л. А. Данченок, А. Г. Иванова, С. В. Ласковец, М. В. Маркова. — Москва : Евразийский открытый институт, 2008. — 180 с. — ISBN 978-5-374-00225-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/10713.html).</p> <p>Решить ситуационные задачи и кейс по разделу.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 3</p> <p>Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1</p>	4

<p>2.3. Особенности регулирования ценообразования в зарубежных странах</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Изучить основную и дополнительную литературу.</p> <p>Письменно ответить на вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Закономерности при регулировании и реформировании ценообразования в зарубежных странах. 2. Регулирование и контроль цен в странах с развитой рыночной экономикой. 3. Принципы реформирования ценообразования в восточных странах 4. Воздействие роста цен на валютный курс и международную торговлю. 5. Реформа системы ценообразования в КНР <p>Решить ситуационные задачи и кейс по разделу.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4, 5</p>	4
<p>2.4. Анализ цен. Основные задачи и принципы сбора ценовой информации</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Изучить основную и дополнительную литературу.</p> <p>Выполнить задания со стр. 172-177 учебного пособия (Маркетинговое ценообразование и анализ цен : учебное пособие / Л. А. Данченок, А. Г. Иванова, С. В. Ласковец, М. В. Маркова. — Москва : Евразийский открытый институт, 2008. — 180 с. — ISBN 978-5-374-00225-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/10713.html).</p> <p>Решить ситуационные задачи и кейс по разделу.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1</p> <p>Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1</p>	4

2.5. Вопросы ценообразования в ГК РФ и НК РФ

4

Задание для самостоятельного выполнения студентом:

Изучить основную и дополнительную литературу.

Ситуационная задача 1

По договору поручения Серебрякова (ей выдана доверенность) должна была приобрести для Николаевой новый холодильник «Норд» по цене не более 10 тыс. руб. Поскольку новый холодильник этой марки за такую цену Серебрякова приобрести не смогла, она купила за 8 тыс. руб. подержанный у своей знакомой Алексеевой и условилась с ней о том, что в договоре купли-продажи они укажут 10 тыс. руб., а разницу поделят между собой. Николаева обратилась в суд с требованием признать сделку недействительной, поскольку договор поручения предусматривал приобретение нового, а не подержанного холодильника. Проанализируйте ситуацию. Каким должно быть решение суда?

Решение задачи

Серебрякова должна была исполнить договор поручения в соответствии с указаниями Николаевой п.1 ст. 937 ГК РФ. Вместо нового холодильника Серебрякова покупает подержанный, при этом завышает его стоимость. Поверенная не пыталась известить доверителя о невозможности покупки нового холодильника, действовала в своих личных интересах, а не в интересах доверителя. Следовательно к условию задачи не применима норма п.2 ст.937 ГК РФ.

В соответствии с п.2 ст. 167 ГК РФ и ст. 174 ГК РФ суд должен признать сделку купли- продажи холодильника недействительной и обязать Николаеву вернуть Серебряковой 10 т. р., так как поверенная знала об ограничениях указанных в договоре поручения , однако пренебрегла ими, при этом завысив покупную стоимость холодильника.

Решить самостоятельно:

Ситуационная задача 2

Сидорова заказала в ателье костюм. Из-за болезни мастера-закройщика примерка костюма неоднократно откладывалась. Когда же состоялась первая примерка, выяснилось, что костюм может быть изготовлен на 2 месяца, позже обусловленного договором срока. Кроме того, по ошибке мастера-закройщика принадлежащий Сидоровой материал был раскроен по другому фасону, нежели тот, который оговаривался при заказе. Сидорова потребовала расторжения договора и возмещения убытков. Ателье считает, что еще может выполнить заказ, хотя и с нарушением обусловленного договором срока. Оно предложило Сидоровой сшить костюм из своей ткани, которая по сравнению с тканью Сидоровой обладает более высокими качественными характеристиками. По мнению работников ателье, Сидорова завысила цену своего материала, поскольку имеющаяся в ателье точно такая же, только другого цвета ткань, в четыре раза дешевле. Сидорова обратилась с иском в суд. Как решить дело?

Письменно ответить на вопросы:

1. Перечислите статьи НК РФ, освещающие вопросы ценообразования.
2. Каково значение налогов в структуре цены?
3. Роль налоговых органов в регулировании цен.
4. Понятие рыночной цены для целей налогообложения.

Решить ситуационные задачи и кейс по разделу.

Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4, 5

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Ссылка на источник в ЭБС
Основная литература		
1	Маркетинговое ценообразование и анализ цен : учебное пособие / Л. А. Данченок, А. Г. Иванова, С. В. Ласковец, М. В. Маркова. — Москва : Евразийский открытый институт, 2008. — 180 с.	URL: http://www.iprbookshop.ru/10713.html
2	Ценообразование в организации : практикум. Учебное пособие / Т. В. Емельянова, Е. П. Бабушкина, В. В. Приходько [и др.] ; под редакцией Т. В. Емельянова. — Минск : Вышэйшая школа, 2011. — 332 с.	URL: http://www.iprbookshop.ru/20170.html
3	Косинова, Е. А. Ценообразование: теория и практика : учебное пособие / Е. А. Косинова, Е. Н. Белкина, А. Я. Казарова. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, АГРУС, 2012. — 160 с.	URL: http://www.iprbookshop.ru/47381.html
Дополнительная литература		
4	Лосева, О. В. Ценообразование : учебное пособие / О. В. Лосева. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2012. — 81 с.	URL: http://www.iprbookshop.ru/22946.html
5	Афонин, П. Н. Ценообразование во внешней торговле : учебное пособие / П. Н. Афонин, Е. В. Дробот. — Санкт-Петербург : Троицкий мост, 2016. — 232 с.	URL: http://www.iprbookshop.ru/42737.html

4.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование базы данных	Ссылка на ресурс
1	База данных финансово-экономические показатели Российской Федерации	https://www.minfin.ru/ru/statistics/

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

5.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Код компетенции по ФГОС				
Код образовательного результата дисциплины	Текущий контроль			Промежуточная аттестация
	Кейс-задачи	Ситуационные задачи	Тест	
ПК-7				
3.1 (ПК.7.1)			+	+
У.1 (ПК.7.2)		+		+
В.1 (ПК.7.3)	+			+

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

5.2.1. Текущий контроль.

Типовые задания к разделу "Общая теория ценообразования":

1. Тест

1. К продукции, цены на которую регулируются на федеральном уровне, относятся:
 - 1) продукты питания;
 - 2) алмазное сырье и драгоценные камни;
 - 3) газ природный, реализуемый населению;
 - 4) электро- и теплоэнергия, тарифы на которые регулируются ФЭК.

2. Товар Гиффена – это товар:
 - 1) спрос на который растет при росте денежного дохода потребителя;
 - 2) спрос на который может расти при падении реального дохода потребителя и неизменности относительных цен товаров;
 - 3) спрос на который не изменяется при изменении цены данного товара.

3. Под монополистической конкуренцией понимают такую структуру рынка, при которой:
 - 1) группа взаимодополняемых товаров производится большим числом независимых друг от друга производителей;
 - 2) группа взаимодополняемых товаров производится небольшим числом независимых друг от друга производителей;
 - 3) группа взаимозаменяемых товаров производится большим числом независимых друг от друга производителей;
 - 4) все товары производятся в условиях конкуренции.

4. На какую категорию товаров падает спрос при росте денежного дохода населения?
 - 1) товары первой необходимости;
 - 2) предметы роскоши;
 - 3) товары с единичной эластичностью спроса.

5. Подвижная цена – это:
 - 1) цена разнородных по качеству товаров, устанавливаемая в среднем вне зависимости от индивидуальных качеств, сортов отдельных единиц товара;
 - 2) цена, по которой товар реализуется с немедленной оплатой;
 - 3) зафиксированная при заключении контракта цена, которая может быть пересмотрена в дальнейшем, если рыночная цена данного товара к моменту его поставки изменится;
 - 4) цена, установленная на основе изучения спроса и предложения в условиях сильно монополизированного рынка.

6. В группу условий совершенной конкуренции входит условие:
 - 1) имеется много продавцов и покупателей и каждый из них производит лишь малую долю всего объема этого товара;
 - 2) товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателя;
 - 3) информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скучна;
 - 4) отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль для нового производителя и нет препятствия для выхода из отрасли.

7. Функцией, показывающей, во что обходится обществу удовлетворение конкретной потребности в той или иной продукции, является:
 - 1) учетно-измерительная функция;
 - 2) стимулирующая функция;
 - 3) функция перелива капитала;
 - 4) распределительная функция.

8. К методам ценностного ценообразования не относится:
 - 1) калькулирование полным затратам;
 - 2) удельное ценообразование;
 - 3) метод целевой прибыли;
 - 4) балловый метод.

9. Тактические скидки за большой объем разовой закупки
 - 1) обеспечивают "преданность" клиентов;
 - 2) позволяют сократить издержки обращения;
 - 3) не действенны для предприятий, работающих по бесскладской системе снабжения.

10. Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение, ценами функции
 - 1) учетно-измерительной;
 - 2) стимулирующей;
 - 3) перераспределительной.

Количество баллов: 5

Типовые задания к разделу "Прикладные вопросы ценообразования":

1. Кейс-задачи

Кейс «Выбор ценовой стратегии»

После кризиса 1998 года многие российские производители стремились снизить себестоимость своей продукции, видя в этом, во-первых, резерв для повышения прибыли, а во-вторых, – возможность за счет более низких цен получить преимущество в конкурентной борьбе с иностранными производителями. Был разработан целый ряд «антикризисных» продуктов – более дешевых, чем существовавшие на рынке аналогичные товары. Именно таким продуктом стал майонез «Ряба» производства Нижегородского масло-жирового комбината (НМЖК). Решив в прошлом год укрепить свои позиции в Москве, НМЖК столкнулся с необходимостью провести анализ своей ценовой политики исходя из стратегических маркетинговых задач.

Традиционно рынок майонеза в России был сильно разобщен – несмотря на большой объем этого рынка, общенациональных лидеров на нем было всего два-три. Такое положение было обусловлено прежде всего организационной структурой масло-жировой промышленности в СССР, которая затем была унаследована российским рынком майонеза. Этой организационной структурой в каждом крупном городе был предусмотрен свой масло-жировой или жировой комбинат (МЖК/ЖК), который обеспечивал бы майонезом город и прилегающие районы. С появлением иностранных производителей — в первую очередь, компаний Unilever (марка Calve) и CPC Foods/Best Foods (марка Hellmann), – начали развивать свои марки и производители национального масштаба. Тем не менее говорить о переустройстве структуры рынка еще рано.

По содержанию жира в майонезе выделяют три категории этого продукта:

- 1) майонез с низким содержанием жира (до 35 %). Эта группа представлена в основном легким майонезом иностранных производителей (например, Hellmann's «Домашний») и занимает около 34 % рынка майонеза в целом;
- 2) майонез со средним содержанием жира (около 50 %). Наиболее ярким представителем этой группы является майонез Calve производства компании Unilever. Этот сегмент занимает 19 % рынка;
- 3) майонез с высоким содержанием жира (более 60 %). Наиболее яркий пример – традиционный российский «Провансаль», занимает 47 % всего рынка.

Нижегородский масложировой комбинат (НМЖК) является основным игроком на рынке майонеза в Нижнем Новгороде (84,9 % рынка в массовом выражении). Среди марок НМЖК можно выделить майонез «Провансаль» (67 % жирности – 50,7 % рынка), а также майонез «Ряба» высокой (67 %) и низкой (35 %) жирности, которые занимают 7,8 % и 6,8 % рынка соответственно. «Ряба» в рознице стоит незначительно дороже, чем «Провансаль»: 35 руб./кг легкий майонез и 41 руб./кг жирный майонез «Ряба» против 33 руб./кг «Провансаль». Из иностранных производителей на рынке Нижнего Новгорода присутствует компания Unilever, которая занимает 5 % рынка и предлагает свою продукцию по средней розничной цене 53 руб./кг. Рынок майонеза в Москве является самым крупным региональным рынком в России (превосходит нижегородский более чем в 14 раз в массовом выражении), и на нём наиболее ярко выражено влияние иностранных компаний. Unilever и Best Foods занимают 7 % и 3 % рынка соответственно и предлагают свою продукцию по средней розничной цене 64 и 60 руб./кг.

Львиная доля столичного рынка майонеза (57 %) контролируется Московским жировым комбинатом, который предлагает свою продукцию по средней розничной цене 39 руб./кг и в обороте которого марка «Провансаль» занимает более 90 %. Следует отметить, что в России марка «Провансаль» уже давно утратила признаки товарной марки и обозначает скорее тип продукта и характерный вкус, нежели конкретный продукт конкретного производителя. В связи с этим при выборе продукта под этим названием потребитель склонен ориентироваться скорее на его цену, чем на какие-либо другие качественные параметры.

Перед тем как представить свою продукцию в столице, руководство НМЖК провело исследование, которое должно было выявить, как майонез нижегородского производства будет восприниматься москвичами. В результате оказалось, что практически вся гамма продукции комбината (не говоря уже о легком майонезе «Ряба») воспринимается как майонез более легкий, чем тот, что представлен на рынке Москвы. Многие потребители проводили прямую параллель между этим майонезом НМЖК и более дорогими продуктами иностранных производителей.

Таким образом, руководство НМЖК встало перед выбором: либо вести «битву за Москву» с помощью политики низких цен (и использовать затратный метод ценообразования), либо продвигать марку «Ряба» в более высоком ценовом сегменте рынка, пытаясь конкурировать с иностранными производителями.

Вопросы кейса:

1. Следует ли НМЖК позиционировать товарную марку «Ряба» в более высоком ценовом сегменте рынка? Почему?
2. Какую ценовую стратегию следует использовать НМЖК для майонеза «Ряба» в Москве? Почему?
3. Какую розничную цену НМЖК следует установить для майонеза «Провансаль» и «Ряба» на московском рынке?

Количество баллов: 15

2. Ситуационные задачи

Ситуационная задача 1. Какие методы ценообразования, основанного на спросе, используются в следующих ситуациях?

1. Вы продаете товары ассортиментной группы по цене, которая только незначительно покрывает издержки на их производство, в надежде, что клиенты купят еще и товары других, более прибыльных ассортиментных групп.

2. Вы продаете товары (услуги) по такой цене, что клиенты, приобретая их, думают, что они совершают выгодную покупку.

3. Вы продаете товары (услуги) по такой цене, чтобы клиенты думали, что высокая цена означает высокое качество.

4. Вы продаете товары (услуги) по цене, которую они могут заплатить.

5. Вы продаете клиентам комплект, включающий ручку, карандаш, блокнот, по заниженной цене.

6. Вы устанавливаете достаточно высокую цену на товар, о котором клиенты почти ничего не знают.

Ситуационная задача 2. Уровень цены оказался слишком высоким для потребителя, и товар не продается. Как установить равновесие интересов продавца и покупателей с помощью цены? Какую роль играет изменение цен в повышении объема продаж?

Предлагаемый вариант ответа № 1. Снизить завышенный уровень цены.

Предлагаемый вариант ответа №2. Не снижать цены, возможно, повысить.

Выберите правильный вариант ответа и дайте пояснения, при каких условиях это верно? Изобразите графически процесс восстановления равновесной цены.

Количество баллов: 10

5.2.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации в ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ».

Первый период контроля

1. Экзамен

Вопросы к экзамену:

1. Характеристика базовых подходов к определению цены.

2. Сущность и основные функции цены.

3. Характеристика учетной функции цены.

4. Характеристика распределительной функции цены.

5. Характеристика регулирующей функции цены.

6. Характеристика стимулирующей функции цены

7. Теории стоимости и цены товара.

8. Место и роль цены в рыночном хозяйстве.

9. Методология рыночного ценообразования: цели и принципы.

10. Виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения.

11. Виды цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов.

12. Виды цен в зависимости от степени участия государства в их формировании.

13. Виды цен в зависимости от форм продаж.

14. Классификация цен по способу их установления в договорах.

15. Виды цен в зависимости от выбранной ценовой стратегии.

16. Понятия состава и структуры цены. Характеристика основных элементов цены.

17. Надбавка как структурный элемент цены.

18. Внешние факторы, оказывающие влияние на уровень и динамику цен.

19. Внутренние факторы, оказывающие влияние на уровень и динамику цен.

20. Конкуренция и ее воздействие на уровень цены.

21. Равновесие спроса и предложения. Регулирование равновесной цены.

22. Взаимодействие цены и предложения. Кривая предложения.

23. Взаимодействие цены и спроса. Кривая спроса.

24. Эластичность спроса от цены. Формула коэффициента ценовой эластичности.

25. Зависимость ценообразования от типа рынка.

26. Этапы процесса ценообразования, их характеристика.

27. Общая характеристика методов ценообразования.

28. Затратные методы ценообразования.

29. Нормативно-параметрические методы ценообразования.

30. Методы рыночного ценообразования.

31. Методы ценообразования, ориентированные на издержки.

32. Методы ценообразования, ориентированные на спрос.
 33. Методы ценообразования, ориентированные на конкуренцию.
 34. Формирование свободных цен на отечественные товары.
 35. Государственное регулирование цен: содержание и цели.
 36. Методы прямого регулирования цен.
 37. Методы косвенного регулирования цен.
 38. Регулирование цен на продукцию предприятий-монополистов.
 39. Система цен в экономике. Характеристика цен по степени участия государства.
 40. Взаимосвязь издержек и цены.
 41. Стратегии ценообразования. Тактические приемы в ценообразовании.
 42. Взаимосвязь цен и кредита.
 43. Взаимосвязь цен и инфляции.
 44. Взаимодействие цен и налогов.
 45. Вопросы ценообразования в НК РФ.
 46. Вопросы ценообразования в ГК РФ.
 47. Ценообразование в зарубежных странах.
 48. Особенности регулирования цен в Японии.
 49. Особенности регулирования цен в США.
 50. Особенности регулирования цен в Северной Корее.
 51. Особенности регулирования цен в Китае.
 52. Особенности регулирования цен в странах Европы.
 53. Особенности регулирования цен в странах Юго-Восточной Азии.
 54. Понятие, этапы, факторы маркетингового ценообразования.

Типовые практические задания:

1. Фирма выпускает два вида изделий - «В» и «Д». Затраты на производство единицы товара «В» составляют 5 тыс. руб.; на производство товара «Д» - 2 тыс. руб. Определить прибыль и цену каждого вида товара, если их рентабельность одинакова и составляет 20% от себестоимости.
2. Фирма выпускает два вида товаров - «В» и «Д». Затраты на производство единицы изделия «В» составляют 5 тыс. руб., на производство изделия «Д» - 2 тыс. руб. Фондоемкость единицы изделия «В» составила 100 тыс. руб., изделия «Д» - 10 тыс. руб. Рентабельность производства обоих видов продукции проектируется на уровне 10% к фондоемкости продукции. Определить проектируемую прибыль и цену каждого товара.
3. Компания будет использовать свои производственные мощности на 80% и выпускать 1000 ед. продукции. Полные затраты составляют 100 тыс. руб., рентабельность продукции – 20%. Определить интервал цены от безубыточности до рентабельности 20%.

5.3. Примерные критерии оценивания ответа студентов на экзамене (зачете):

Отметка	Критерии оценивания
"Отлично"	<ul style="list-style-type: none"> -дается комплексная оценка предложенной ситуации -демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять -последовательное, правильное выполнение всех заданий -умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы
"Хорошо"	<ul style="list-style-type: none"> -дается комплексная оценка предложенной ситуации -демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять -последовательное, правильное выполнение всех заданий -возможны единичные ошибки, исправляемые самим студентом после замечания преподавателя -умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы
"Удовлетворительно" ("зачтено")	<ul style="list-style-type: none"> -затруднения с комплексной оценкой предложенной ситуации -неполное теоретическое обоснование, требующее наводящих вопросов преподавателя -выполнение заданий при подсказке преподавателя -затруднения в формулировке выводов
"Неудовлетворительно" ("не зачтено")	<ul style="list-style-type: none"> -неправильная оценка предложенной ситуации -отсутствие теоретического обоснования выполнения заданий

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Лекции

Лекция - одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой устное, монологическое, систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала с демонстрацией слайдов и фильмов. Работа обучающихся на лекции включает в себя: составление или слежение за планом чтения лекции, написание конспекта лекции, дополнение конспекта рекомендованной литературой.

Требования к конспекту лекций: краткость, схематичность, последовательная фиксация основных положений, выводов, формулировок, обобщений. В конспекте нужно помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Последующая работа над материалом лекции предусматривает проверку терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. В конспекте нужно обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удаётся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

2. Практические

Практические (семинарские занятия) представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения практических занятий и семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

При подготовке к практическому занятию необходимо, ознакомиться с его планом; изучить соответствующие конспекты лекций, главы учебников и методических пособий, разобрать примеры, ознакомиться с дополнительной литературой (справочниками, энциклопедиями, словарями). К наиболее важным и сложным вопросам темы рекомендуется составлять конспекты ответов. Следует готовить все вопросы соответствующего занятия: необходимо уметь давать определения основным понятиям, знать основные положения теории, правила и формулы, предложенные для запоминания к каждой теме.

В ходе практического занятия надо давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов, доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

3. Экзамен

Экзамен преследует цель оценить работу обучающегося за определенный курс: полученные теоретические знания, их прочность, развитие логического и творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умения анализировать и синтезировать полученные знания и применять их для решения практических задач.

Экзамен проводится в устной или письменной форме по билетам, утвержденным заведующим кафедрой. Экзаменационный билет включает в себя два вопроса и задачи. Формулировка вопросов совпадает с формулировкой перечня вопросов, доведенного до сведения обучающихся не позднее чем за один месяц до экзаменационной сессии.

В процессе подготовки к экзамену организована предэкзаменационная консультация для всех учебных групп.

При любой форме проведения экзаменов по билетам экзаменатору предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы, задачи и примеры по программе данной дисциплины. Дополнительные вопросы, также как и основные вопросы билета, требуют развернутого ответа.

Результат экзамена выражается оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».

4. Тест

Тест это система стандартизованных вопросов (заданий), позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающихся. Тесты могут быть аудиторными и внеаудиторными. Преподаватель доводит до сведения студентов информацию о проведении теста, его форме, а также о разделе (теме) дисциплины, выносимой на тестирование.

При самостоятельной подготовке к тестированию студенту необходимо:

- проработать информационный материал по дисциплине. Проконсультироваться с преподавателем по вопросу выбора учебной литературы;
- выяснить все условия тестирования заранее. Необходимо знать, сколько тестов вам будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.
- работая с тестами, внимательно и до конца прочесть вопрос и предлагаемые варианты ответов; выбрать правильные (их может быть несколько); на отдельном листке ответов выписать цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам. В случае компьютерного тестирования указать ответ в соответствующем поле (полях);
- в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания. Это позволяет максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант.
- решить в первую очередь задания, не вызывающие трудностей, к трудному вопросу вернуться в конце.
- оставить время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

5. Ситуационные задачи

Ситуационная задача представляет собой задание, которое включает в себя характеристику ситуации из которой нужно выйти, или предложить ее исправить; охарактеризовать условия, в которых может возникнуть та или иная ситуация и предложить найти выход из нее и т.д.

При выполнении ситуационной задачи необходимо соблюдать следующие указания:

1. Внимательно прочитать текст предложенной задачи и вопросы к ней.
2. Все вопросы логично связаны с самой предложенной задачей, поэтому необходимо работать с каждым из вопросов отдельно.
3. Вопросы к задаче расположены по мере усложнения, поэтому желательно работать с ними в том порядке, в котором они поставлены.

6. Кейс-задачи

Кейс – это описание конкретной ситуации, отражающей какую-либо практическую проблему, анализ и поиск решения которой позволяет развивать у обучающихся самостоятельность мышления, способность выслушивать и учитывать альтернативную точку зрения, а также аргументировано отстаивать собственную позицию.

Рекомендации по работе с кейсом:

1. Сначала необходимо прочитать всю имеющуюся информацию, чтобы составить целостное представление о ситуации; не следует сразу анализировать эту информацию, желательно лишь выделить в ней данные, показавшиеся важными.
2. Требуется охарактеризовать ситуацию, определить ее сущность и отметить второстепенные элементы, а также сформулировать основную проблему и проблемы, ей подчиненные. Важно оценить все факты, касающиеся основной проблемы (не все факты, изложенные в ситуации, могут быть прямо связаны с ней), и попытаться установить взаимосвязь между приведенными данными.
3. Следует сформулировать критерий для проверки правильности предложенного решения, попытаться найти альтернативные способы решения, если такие существуют, и определить вариант, наиболее удовлетворяющий выбранному критерию.
4. В заключении необходимо разработать перечень практических мероприятий по реализации предложенного решения.
5. Для презентации решения кейса необходимо визуализировать решение (в виде электронной презентации, изображения на доске и пр.), а также оформить письменный отчет по кейсу.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

1. Развивающее обучение
2. Проблемное обучение
3. Кейс-технологии

8. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ

1. компьютерный класс – аудитория для самостоятельной работы
2. учебная аудитория для лекционных занятий
3. учебная аудитория для семинарских, практических занятий
4. компьютерный класс
5. Лицензионное программное обеспечение:
 - Операционная система Windows 10
 - Microsoft Office Professional Plus
 - Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition
 - Справочная правовая система Консультант плюс
 - 7-zip
 - Adobe Acrobat Reader DC