

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович
Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет
Дата подписания: 14.09.2024 08:51:22
Уникальный программный ключ:
528682d78e671e566ab07f01fe1ba2172f735a12



**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Саратовский государственный аграрный
университет имени Н.И. Вавилова»**

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
/ Меркулова И.Н./
« 19 » мая 2024 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Дисциплина	ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В АПК
Направление подготовки	38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль)	Маркетинг и рыночная аналитика в АПК
Квалификация выпускника	Бакалавр
Нормативный срок обучения	4 года
Форма обучения	Очно-заочная
Кафедра-разработчик	Экономика агропромышленного комплекса
Ведущий преподаватель	Потоцкая Л.Н., доцент

Разработчик: доцент, Потоцкая Л.Н.

(подпись)

Саратов 2021

Содержание

1	Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП	3
2	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	4
3	Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	7
4	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы их формирования	26

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП

В результате изучения дисциплины «Ценообразование в АПК» обучающиеся, в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № № 970 от 12.08.2020 г., формируют компетенции указанные в таблице 1.

Таблица 1

Формирование компетенций в процессе изучения дисциплины «Ценообразование в АПК»

Компетенция		Индикаторы достижения компетенций	Этапы формирования компетенции в процессе освоения ОПОП (семестр)*	Виды занятий для формирования компетенции	Оценочные средства для оценки уровня сформированности компетенции
Код	Наименование				
1	2	3	4	5	6
ПК-9	Способен оценивать и прогнозировать эффективность результатов деятельности предприятия	ПК 9.4. - Умеет правильно определять стоимость, полезность товара, применять способы и методы ценообразования в АПК и разрабатывать стратегические и текущие планы маркетинговой деятельности предприятия АПК	5	лекции, практические занятия	доклад, тестовые задания, типовой расчет, кейс-задания

Примечание:

Профиль подготовки «Маркетинг и рыночная аналитика в АПК»
Компетенция ПК-9 – также формируется в ходе освоения дисциплин:

экономика предприятия АПК, прохождения торгово-экономической практики, преддипломной практики, научно-исследовательской работы, подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 2

Перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценочного материала	Краткая характеристика оценочного материала	Представление оценочного средства в ОМ
1	доклад	продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в устном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее	темы докладов
2	собеседование (устный опрос)	средство контроля, организованное как специальная беседа педагогического работника с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной и рассчитанной на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	вопросы по темам дисциплины: – перечень вопросов для устного опроса – задания для самостоятельной работы
3	кейс	случай из практики наглядно демонстрирующий какую-либо теорию	комплект кейсовых заданий
4	тестирование	метод, который позволяет выявить уровень знаний, умений и навыков, способностей и других	банк тестовых заданий

		качеств личности, а также их соответствие определенным нормам путем анализа способов выполнения обучающимися ряда специальных заданий	
5	типовой расчет	метод, который позволяет выявить уровень знаний, умений и навыков, способностей и других качеств личности, а также их соответствие определенным нормам путем расчета заданий по изучаемой теме	комплект заданий

Таблица 3

Программа оценивания контролируемой дисциплины

№ п/п	Контролируемые разделы (темы дисциплины)	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
1,2	Общетеоретические положения: предмет и задачи курса.	ПК-9	Письменный опрос, доклад
3,4	Модели рыночного ценообразования.	ПК-9	Доклад
5,6	Теория ценообразования, классификация цен.	ПК-9	Письменный опрос, тестовые задания
7	Цена, издержки и доходы предприятия.	ПК-9	Письменный опрос, типовой расчет
8,9	Применение методов ценообразования в АПК.	ПК-9	Кейс
10	Влияние цен на финансовые результаты организации.	ПК-9	Письменный опрос, доклад
11,12	Экономические методы воздействия государства на цены.	ПК-9	Доклад
13,14,15	Порядок формирования цен на сельскохозяйственную продукцию.	ПК-9	Письменный опрос, доклад
16,17,18	Особенности ценообразования с учетом внешних ограничений.	ПК-9	Письменный опрос, доклад

Таблица 4

Описание показателей и критериев оценивания компетенций по дисциплине «Ценообразование в АПК» на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции, этапы освоения компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Показатели и критерии оценивания результатов обучения			
		ниже порогового уровня (неудовлетворительно)	пороговый уровень (удовлетворительно)	продвинутый уровень (хорошо)	высокий уровень (отлично)
1	2	3	4	5	6
ПК-9, 5 семестр	ПК 9.4. - Умеет правильно определять стоимость, полезность товара, применять способы и методы ценообразования в АПК и разрабатывать стратегические и текущие планы маркетинговой деятельности предприятия АПК	обучающийся не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале, не знает основной понятийный аппарат, характеризующий содержание процесса ценообразования; методы ценообразования в АПК и особенности их применения, не знает практику применения материала, допускает существенные ошибки	обучающийся демонстрирует знания только основного материала, но не знает деталей, допускает неточности в формулировках, нарушает логическую последовательность в изложении программного материала	обучающийся демонстрирует знание материала, не допускает существенных неточностей	обучающийся демонстрирует знание материала, знает основной понятийный аппарат, характеризующий содержание процесса ценообразования; методы ценообразования в АПК, особенности их применения, практики применения материала, исчерпывающе и последовательно, четко и логично излагает материал, хорошо ориентируется в материале, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий
		не умеет собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по ценообразованию в АПК, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями	в целом успешное, но не системное умение собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по ценообразованию; использовать	в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы, умение собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по ценообразованию	сформированное умение собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по ценообразованию в АПК, использовать методы ценообразован

		выполняет самостоятельную работу, большинство заданий, предусмотренных программой дисциплины, не выполнено	методы ценообразования в АПК	ию в АПК, использовать методы ценообразования	ия
		обучающийся не владеет методами ценообразования в АПК, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство предусмотренных программой дисциплины не выполнено	в целом успешное, но не системное владение методами и методологией ценообразования в агропромышленном комплексе	в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы или сопровождающееся отдельными ошибками владение методами и методологией ценообразования в агропромышленном комплексе	успешное и системное владение методами и методологией ценообразования в агропромышленном комплексе

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1. Входной контроль

Примерный перечень вопросов

1. Рынок: понятие, функции и структура.
2. Дайте определение понятиям: цена, издержки, предприятие, фирма, капитал, производственные фонды. Назовите общие характеристики данных понятий.
3. Виды цены.
4. Функции цены.
5. Опишите понятие экономика.

3.2. Доклады

Выполнение устного доклада в полной мере раскрывает творческий подход обучающихся к самостоятельной проработке нового материала, позволяет оценить степень готовности учащихся к самостоятельному выбору актуальных проблем дисциплины. Данный вид творческой работы позволяет обучающимся овладеть навыками систематизации материала, развивает умение конкретизировать и обобщать проблемы и перспективы развития

международной торговли и валютных рынков на основе анализа массива научной и периодической литературы по выбранной теме.

Рекомендуемая тематика устных докладов по дисциплине приведена в таблице 5.

Таблица 5

Темы устных докладов, рекомендуемые к написанию при изучении дисциплины «Ценообразование в АПК»

№ п/п	Темы докладов
1.	Характеристика основных концепций ценообразования.
2.	Экономическая сущность цены и ее функции.
3.	Ценообразующие факторы в условиях рынка и их классификация.
4.	Виды цен и их классификация.
5.	Издержки и прибыль. Их роль в формировании цены.
6.	Порядок установления исходной рыночной цены. Процесс рыночного ценообразования.
7.	Формирование свободных розничных цен и их структура.
8.	Формирование свободных цен в России в переходный период.
9.	Ценообразование и система налогообложения.
10.	Характеристика методов ценообразования.
11.	Государственное регулирование цен.
12.	Ценовая политика предприятия.
13.	Ценовые стратегии: их виды и классификация.
14.	Скидки за особые условия продаж как инструмент ценовой политики фирмы.
15.	Ценообразование и инфляция.
16.	Ценообразование в сферах естественных монополий.
17.	Ценообразование в малом бизнесе.
18.	Проблемы рыночного ценообразования в сельском хозяйстве.
19.	Ценообразование в системе страхования.
20.	Установление цен на потребительские товары и услуги.
21.	Индекс потребительских цен.
22.	Формирование свободных розничных цен и их структура.

3.3. Кейс-задания

Кейс-задание - это специально подготовленный учебный материал, который отражает конкретную проблемную бизнес-ситуацию, требующую управленческих решений со стороны менеджмента компании. В ходе занятий преподаватель направляет обучающихся в поиске таких решений.

Тематика кейс-заданий устанавливается в соответствии с изучаемой темой.

Тема: Применение методов ценообразования в АПК

Кейс № 1.

Прочитайте приводимые ниже материалы и ответьте на вопросы.

Вопросы для обсуждения:

Методы затратного ценообразования

1. В чем состоят основные недостатки затратного ценообразования?
2. Почему методы затратного ценообразования достаточно распространены на практике?
3. Чем торговая скидка отличается от торговой наценки?
4. В чем суть методов калькулирования по полным затратам?
5. Какие задачи можно решить, применяя калькулирование по сокращенным затратам?
6. Как определить нижнюю границу цены товара?

Методы рыночного и эконометрического ценообразования

1. Чем отличаются рыночные методы ценообразования от затратных?
2. От каких факторов зависит и как определяется общая ценность товара для покупателей?
3. Что такое «премия покупателю» и чем она отличается от «премии за репутацию»?
4. Какие методы можно использовать для определения значимости отличий?
5. В каких отраслях наиболее распространены параметрические методы ценообразования?
6. Что такое параметрический ряд? Приведите примеры параметрических рядов.
7. В чем заключается преимущество методов параметрического ценообразования перед методами затратного ценообразования?
8. Кто может выступать в роли экспертов при определении цены товара методом ранговой корреляции?
9. В каких случаях следует использовать балльный метод? В чем заключаются его преимущества и недостатки?

Материалы для обсуждения

Затратные методы.

Существует несколько затратных методов, определяющих цену по принципу «издержки плюс прибыль».

1. **Затратный метод** с учетом полных (или средних) издержек на производство продукции основан на определении полной себестоимости, включающей как переменные, так и постоянные издержки. Суть метода состоит в суммировании совокупных издержек: переменные (или прямые) плюс постоянные (или накладные), и прибыли, которую предприятие рассчитывает получить.

Главное преимущество данного метода — его простота и удобство. Это связано с тем, что у производителя всегда имеются данные о собственных затратах. Однако он имеет два больших недостатка:

1) при установлении цен не принимаются во внимание имеющийся спрос на товар и конкуренция на рынке, поэтому возможна ситуация, когда товар при данной цене не будет пользоваться спросом;

2) любой метод отнесения на себестоимость товара постоянных накладных расходов, которые являются расходами по управлению предприятием, а не расходами для производства данного товара, является условным.

2. Метод прямых (или предельных) затрат базируется на установлении цены путем добавления к переменным затратам определенной надбавки — прибыли. При этом постоянные расходы как расходы предприятия в целом не распределяются по отдельным товарам, а погашаются из разницы между суммой цен реализации и переменными затратами на производство продукции. Эта разница получила название «добавленной» или «маржинальной» прибыли. При правильном подходе переменные (прямые) издержки должны явиться тем пределом, ниже которого ни один производитель не будет оценивать свою продукцию. В любом случае истинная функция издержек заключается в установлении нижнего предела для первоначальной цены на товар, в то время как ценность этого товара для потребителя определяет высший предел цены на него.

Продажа товара по цене, рассчитанной по такому методу, эффективна на стадии насыщения, когда нет роста продаж, и предприятие хочет сохранить объем сбыта на определенном уровне.

3. Метод расчета цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли базируется на том, что предприятия стремятся установить цену на свой товар на таком уровне, который обеспечивал бы получение желаемого объема прибыли. Точка безубыточности — это точка пересечения кривой общей выручки и кривой общих затрат. В точке безубыточности объем прибыли равен нулю. Основным недостатком метода определения цены на основе анализа безубыточности является то, что не учитывается взаимосвязь цены товара и фактического спроса.

4. Метод установления цены на основе анализа рентабельности инвестиций. Основная задача данного метода состоит в том, чтобы оценить полные затраты при различных программах производства товара и определить объем выпуска, реализация которого по определенной цене позволит окупить соответствующие капиталовложения. Устанавливаемая надбавка к издержкам производства включает процент дохода на инвестированный капитал.

5. Метод структурной аналогии. Суть данного метода заключается в том, что при установлении цены нового товара определяют структурную формулу цены по его аналогу. Для этого используют фактические или статистические данные о доле основных элементов в цене или себестоимости аналогичного товара. Если возможно точно определить для нового товара один из элементов цены, например материальные затраты, нормы расхода и

т. п., то, перенося структуру аналога на новый товар, можно рассчитать ориентировочную цену.

В отечественной практике затратные методы применяются при установлении цен на:

- принципиально новую продукцию, когда ее невозможно сопоставить с выпускаемой продукцией и недостаточно известна величина спроса;
- продукцию, производимую по разовым заказам с индивидуальными особенностями производства (строительные, проектные работы, опытные образцы);
- товары и услуги, спрос на которые ограничен платежеспособностью населения (ремонтные услуги, продукты первой необходимости).

Ориентация на спрос.

В данном случае цены определяются на основе маркетинговых оценок, т. е. на основе изучения рынка.

Практически все предприятия, формируя цену на свою продукцию, так или иначе учитывают в ней фактор спроса, так как, если цена превышает уровень, на который согласны потребители, товар просто не будет продан. Поэтому данный метод часто применяется совместно с другими методами ценообразования или в случае уникального товара может применяться самостоятельно в первую очередь.

Данный метод дает возможность осуществлять стратегию высоких цен (премиального ценообразования или «снятия сливок»), которая используется фирмой, как правило, при следующих условиях:

- имеется весьма высокий и возрастающий текущий спрос со стороны достаточно большого числа покупателей;
- издержки производства позволяют поддерживать эффективный выпуск продукции, а финансовые результаты способствуют наращиванию выпуска нового товара и его предложения на рынке;
- высокая начальная цена не будет привлекать новых конкурентов производстве товара;
- высокая цена соответствует высокому качеству и не мешает привлечению новых покупателей.

Использование данного метода предполагает большую работу по изучению рынка, спроса, эластичности, фирма должна иметь финансовые возможности и специалистов для дорогостоящих исследований. Метод тесно связан с дифференциацией своего товара и дифференциацией или сегментацией рынка.

При изучении потенциального спроса проводят исследования для выявления:

- представления о цене и «вилке приемлемости цен» для большинства покупателей;
- реакции на изменение цен (эластичность) с помощью вопросов о возможности покупки по разным ценам;

- возможности и необходимости дифференцирования цен в соответствии с затратами на покупку, платежеспособными, демографическими, психологическими и другими особенностями покупателей.

Недостаток этого метода в том, что информация искажена из-за отсутствия момента покупки как факта.

Могут также проводиться пробные продажи. В этом случае после определения приемлемого диапазона цены ее варьируют на основе наблюдения за реакцией потребителей для оптимизации сочетания «выручка-объем продаж».

Аукционные цены на уникальные или престижные товары являются также примером цен, ориентированных на спрос.

Ориентация на конкурентов.

Если цена, определенная на основе издержек производства является, как правило, нижним уровнем расчетной, а цена, определенная на основе спроса — верхним, то обозначенный диапазон является так называемым полем игры, где чаще всего и будет находиться предполагаемая цена.

Обычно фирма вынуждена строить свою политику с учетом существования конкурентов; она, как правило, знает об опыте своих конкурентов по установлению цен.

Одним из методов формирования цены в данном случае может быть ориентация на конкурентов. Если на рынке присутствует явный лидер, то остальные следуют за ним. Причем ценовое лидерство может быть доминирующее, когда в отрасли есть фирма, обладающая низкими затратами, а значит, явными ценовыми преимуществами перед другими. А может быть и барометрическое лидерство, когда ценовые изменения фирмы поддерживаются другими производителями, признающими способность лидера устанавливать цены в полном соответствии с изменяющимися рыночными условиями.

При данном методе производитель руководствуется ценами конкурента, а учет собственных издержек и спроса играет здесь подчиненную роль. Производитель устанавливает цену на товар чуть выше или чуть ниже, чем у ближайшего конкурента. Это возможно лишь на рынке с однородной продукцией. Опираясь на этот метод, фирма избавляется от риска, связанного с установлением собственной цены в смысле ее принятия рынком.

Кроме того, в условиях сильной конкуренции фирма имеет небольшие шансы влиять на цены рынка. В то же время в условиях чистой олигополии предприятие имеет практическую возможность удерживать свою цену в течение длительного периода.

Другой метод определения цены в указанном диапазоне между минимумом и максимумом — активное ценообразование, связанное с использованием конкурентных преимуществ фирмы, таких как лидерство по издержкам и дифференциации продукта.

Лидерство по издержкам позволяет производителю устанавливать более низкую, по сравнению с конкурентами, цену на свой продукт и, тем не менее, получать прибыль.

Добиться этого возможно путем экономии:

- на ассортименте выпускаемой продукции за счет включения в «портфель» фирмы товаров, имеющих общий набор затрат: чем больше издержек, которые являются общими для товаров, тем значительнее синергия, получаемая от расширения «портфеля»;
- за счет масштаба производства: существует тенденция к снижению величины затрат по мере роста объемов производства;
- за счет накопленного опыта, связанного с обучением в процессе деятельности: чем больше компания производит, тем больше она узнает о том, как сделать производство эффективным.

Дифференциация продукта имеет место, когда фирма производит продукт, отличающийся от продуктов конкурентов какими-либо привлекательными, с точки зрения покупателей, особенностями. В результате фирма получает право повысить цену в зависимости от наличия таких отличительных особенностей, причем ценовая надбавка должна превышать расходы, понесенные в связи с приданием продукту отличительных черт. Уникальными могут быть как потребительские свойства самого продукта, так и послепродажный сервис.

Многие продукты продаются по установившимся стандартным ценам, в то время как их качество превышает ожидания потребителей. В этом случае основная конкуренция разворачивается вокруг функциональности продуктов, продаваемых по одной стандартной цене. Такая ситуация характеризуется как гибкая конкуренция. В этой ситуации преимущество получает компания, способная обеспечить наилучшие потребительские свойства продукта при данной стандартной цене. Наиболее важный фактор гибкой конкуренции — способность компании быстро внедрять инновации.

В действительности цены различных компаний, производящих аналогичную продукцию, могут существенно различаться. Существует несколько причин, объясняющих такие расхождения. Одна из них — различные технологии производства. Производственные мощности некоторых компаний лучше приспособлены для выполнения определенного заказа, в результате чего компании получают выигрыш по издержкам. Другой причиной может быть степень загрузки заказами на момент установления цены. Фирмы, загруженные не полностью, могут устанавливать умеренные цены, рассчитывая получить дополнительные заказы.

Еще одна причина значительных расхождений в ценах — различные методы учета издержек и определения цены. Многие компании применяют оценочные методы, которые не отражают реального уровня их издержек. Традиционные методы учета издержек во многих случаях искажают реальное положение и в некоторых ситуациях могут вызвать серьезные проблемы,

если на их основе устанавливаются цены. В крупносерийном производстве и при изготовлении относительно простых продуктов традиционные методы учета затрат приводят к их завышению, в то время как на мелкосерийные и технически сложные изделия издержки оказываются завышенными. Таким образом, компании не имеют представления о реальной рентабельности тех или иных продуктов или продаж.

Следовательно, любая компания, внедрившая более точные методы учета затрат, например по видам деятельности, получит конкурентное преимущество.

Если компания не стала лидером по издержкам, она должна знать свои реальные издержки, чтобы вести ценовую конкуренцию.

Применение методов, ориентированных на спрос и конкуренцию, дадут близкие результаты, если предприятие выходит на рынок с уже имеющимся на нем товаром при отсутствии ценового сговора конкурентов (цена реализации товара соответствует цене спроса, а не навязана рынку).

Разбор ситуации

Приведенная выше информация позволяет рассчитать показатели ценообразования в АПК.

Материально-техническое обеспечение: Комплект мультимедийного оборудования.

Порядок проведения: Студенческая группа разбивается на три подгруппы по 5 человек каждая. Работа студентов на занятии начинается с ситуационной задачи. Студенты самостоятельно в течение 10-15 мин анализируют содержание кейса, выписывая при этом цифровые данные и другую конкретную информацию. Знакомство с кейсом завершается обсуждением.

Каждой подгруппе сформулирована ситуационная задача:

1. Столярная мастерская обрабатывает 100 м³ дерева в месяц, в т.ч. 5% дуба по стоимости 7 000 руб. за 1 м³, 85% сосны и ели по стоимости 2 600 руб. за 1 м³, 10% березы по стоимости 2 200 руб. за 1 м³. В результате производственной деятельности возникают отходы (стружка, опилки, обрезки), которые было решено продавать. Они составляют 15% от первоначального объема дерева. Рентабельность предприятия равна 13%. Коэффициент накладных расходов 1,31. Рыночная цена 1 кг опилок составляет 15 руб. (в т.ч. НДС). Предложите и рассчитайте зону маневрирования, в которой может колебаться цена 1 кг опилок.

Справочно: 1 м³ дуба приблизительно равен 900 кг, 1 м³ сосны и ели - 400 кг, 1 м³ березы – 600 кг.

2. Владелец овощного магазина закупил в октябре 200 т картофеля по цене 5 руб. за кг. Затраты по хранению составили 1,2 руб. за кг в месяц. Общая потребность в картофеле по региону составляет 4 200 тонн, которая в октябре покрывается на 92% за счет запасов населения. В магазине картофель стал продаваться в марте, когда за счет запасов населения потребность

покрывалась лишь на 45%. Торговая наценка в магазине в среднем составляет 22%. Какую бы вы сформировали цену картофеля в марте, если рост спроса на 10%, приводит к увеличению цены на 5%.

3. Для фирмы характерны следующие показатели деятельности за месяц: объем продаж 12 000 шт., отпускная цена 8 руб. за 1 шт. (без косвенных налогов), удельные переменные затраты 3 руб., постоянные расходы 15 000 руб. Насколько должен возрасти объем продаж в следующем месяце, чтобы компенсировать 15% ценовую скидку при условии сохранения той же суммы прибыли на весь объем продаж.

4. Предприятие решило увеличить свою рыночную долю до 40% путем снижения цены на свою продукцию. Для получения данных о продвижении товара на рынок им было проведено маркетинговое исследование 1% населения по отдельным социальным группам. Его своденный результат содержится в таблице.

Доля респондентов, согласившихся приобрести данный товар при определенном уровне цены, по социальным группам

№	Социальные группы опрошенных	Численность выборки, чел.	Доля респондентов, согласившихся приобрести данный товар при определенном уровне цены, %		
			при данном уровне цены	при снижении цены на 10%	при снижении цены на 20%
1	Рабочие	200	15	30	40
2	Специалисты	100	20	23	27
3	Военнослужащие	80	30	35	45
4	Пенсионеры	30	5	10	12
5	Безработные	10	10	10	10
6	Предприниматели	50	70	80	90
7	Менеджеры	40	50	50	60
8	Студенты	90	25	30	40

На сколько процентов предприятию целесообразно снизить цену?

По окончании расчетов происходит обмен информацией и обсуждение результатов. Каждая подгруппа выбирает модератора (руководителя). На модераторе лежит ответственность за организацию работы подгруппы, распределение вопросов между участниками и за принимаемые решения.

Во время работы группы модератор осуществляет следующие функции:

1. На этапе формирования идей:

- фиксирует все идеи, высказанные в ритме мозговой атаки
- регулирует поток идей
- не допускает критики идей

2. На этапе дискуссии

- фиксирует высказывания об идеях
- регулирует поток высказываний

- группирует высказывания
- определяет технику принятия окончательного решения
- фиксирует окончательное решение

3. На этапе защиты идей:

- делает доклад в пределах 10 минут о результатах работы своей подгруппы.

После распределения задач студентам необходимо изучить соответствующий теоретический материал, используя конспект лекций, учебные пособия.

Последовательность работы подгруппы над кейсом:

1. Записать тему, над которой предстоит работать.
2. Выписать вопросы, сформулированные в настоящем пособии для данной темы;
3. По каждому вопросу кратко высказать мнения
4. Сформулировать общее мнение, которое будет являться решением поставленной цели.

При работе в подгруппе каждый участник должен придерживаться следующих правил:

- активно принимать участие в высказывании идей и обсуждении
- терпимо относиться к мнениям других участников.
- не прерывать других участников группы.
- четко сформулировать свое окончательное мнение.

Обсуждение темы заканчивается подведением итогов преподавателем.

3.4. Типовой расчет

По дисциплине «Ценообразование в АПК» предусмотрено проведение типового расчета. Типовой расчет рассматривается как текущий контроль успеваемости и проводится после изучения определенной темы дисциплины.

По каждой теме предусмотрено 5 вариантов.

Тематика типового расчета устанавливается в соответствии с изучаемой темой.

Примеры типового расчета по теме: Цена, издержки и доходы предприятия

Вариант 1.

Далее используем следующие понятия:

Розничная цена = покупная цена + торговая надбавка

Покупная цена = отпускная цена + оптовая надбавка

Отпускная цена = себестоимость + прибыль предприятия + акциз+НДС

ЗАДАНИЕ 1.

Определите:

- а) оптовую цену предприятия;

- б) розничную цену;
в) структуру розничной цены.

Исходные данные:

- ◆ полная себестоимость изделия — 40 руб.;
- ◆ уровень рентабельности затрат — 20%;
- ◆ налог на добавленную стоимость — 6 руб.;
- ◆ наценка посреднических организаций — 5 руб.;
- ◆ торговая надбавка — 15 % к отпускной цене посредников.

РЕШЕНИЕ

а) Оптовая цена предприятия = себестоимость + прибыль =
 $= 40 + 0,2 \times 40 = 48$ руб.

б) Розничная цена = оптовая цена предприятия + наценка посредников + + НДС + торговая надбавка = $(48 + 5 + 6) \times (1 + 0,15) = 67,85$ руб.

в) Структура розничной цены: себестоимость — 58,95%, прибыль предприятия — 11,79%, наценка посредников — 7,37%, НДС — 8,84%, торговая надбавка — 13,04%.

ЗАДАНИЕ 2.

Закуплена партия языков крупного рогатого скота на 3 000 долларов по цене 1,5 доллара за 1 кг. Ставка таможенной пошлины 30% от таможенной стоимости, но не менее 1,2 ЕВРО за 1 кг. Сборы за таможенное оформление составляют 0,15% от таможенной стоимости партии. НДС взимается при таможенном оформлении поставке 20%. Рассчитайте оптовую цену 1 кг языков, если оптовая надбавка составляет 12% от растаможенной стоимости партии без НДС, а курс ЕВРО и доллара на момент пересечения товаром границы был 30 и 29 рублей соответственно.

РЕШЕНИЕ.

Рассчитаем таможенную стоимость партии в рублях.

$3\,000 \text{ долл.} \times 29 \text{ руб.} = 87\,000 \text{ руб.}$

Найдем количество килограммов в партии.

$3\,000 \text{ долл.} : 1,5 \text{ долл.} = 2\,000 \text{ кг.}$

Рассчитаем таможенную пошлину:

по ставке 15% от таможенной стоимости партии

$87\,000 \text{ руб.} \times 30\% : 100\% = 26\,100 \text{ руб.};$

по ставке 1,20 ЕВРО за 1 кг

$2\,000 \text{ кг} \times 1,20 \text{ ЕВРО} \times 30 \text{ руб.} = 72\,000 \text{ руб.}$

По второму способу расчета сумма пошлины получается больше, чем по первому.

Следовательно, предприятие заплатит 72 000 руб.

Найдем сумму таможенных сборов:

$87\,000 \text{ руб.} \times 0,15\% : 100\% = 130,5 \text{ руб.}$

Стоимость растаможенной партии товара без НДС:

$87\,000 \text{ руб.} + 72\,000 \text{ руб.} + 130,5 \text{ руб.} = 159\,130,5 \text{ руб.}$

НДС, уплачиваемый при таможенном оформлении:

$(87\,000 \text{ руб.} + 72\,000 \text{ руб.}) \times 20\% : 100\% = 31\,800 \text{ руб.}$

Стоимость растаможенной партии:

159 130,5 руб. + 31 800 руб. = 190930,5 руб.

Оптовая надбавка предприятия:

190930,5 руб. × 12% : 100% = 22911,66 руб.

Сумма НДС в оптовой стоимости партии:

(159 130,5 руб. + 22911,66 руб.)20% : 100% =

= 182042,2 руб. × 20% : 100% = 36408,43 руб.

Оптовая стоимость партии:

182042,2 руб. + 36408,43 руб. = 218450,6 руб.

Оптовая цена 1 кг мяса:

218450,6 : 2 000 = 109,23 руб.

ЗАДАНИЕ 3.

Используя данные, приведенные в таблице, постройте графики спроса и предложения, определите равновесную цену. Рассчитайте общую выручку и расходы покупателя, эластичность спроса и предложения.

Цена (P) (руб.)	Спрос(Q) (тыс. шт.)	Предложение(Q) (тыс. шт.)
5	10	-
4	20	-
3,5	-	40
3	30	30
2,5	40	20
2	-	10

РЕШЕНИЕ

В нашем примере равновесная цена (точка пересечения кривой спроса и предложения) равна 3 руб. (рис. 1.).

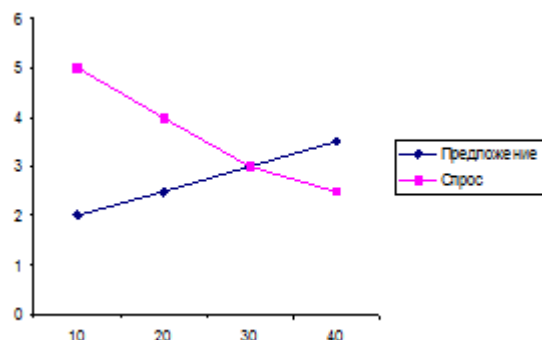


Рис.1. Формирование рыночной цены

Расходы покупателя – это спрос, т. е. количество проданного товара.

5 x 10 = 50 (руб.) 3 x 30 = 90 (руб.)

4 x 20 = 80 (руб.) 2,5 x 40 = 100 (руб.)

50 + 80 + 90 + 100 = 320 (руб.) – расходы покупателя.

Общая выручка – это величина спроса в пределах предложения.

$$3 \times 30 = 90 \text{ (руб.)} \quad 2,5 \times 20 = 50 \text{ руб.}$$

$$90 + 50 = 140 \text{ (руб.)} - \text{общая выручка.}$$

Рассчитаем коэффициенты эластичности спроса:

$$E_{c1} = \frac{(20-10)}{(20+10)/2} : \frac{(4-5)}{(4+5)/2} = -3,0$$

$$E_{c2} = \frac{(30-20)}{(30+20)/2} : \frac{(3-4)}{(3+4)/2} = -1,4$$

$$E_{c3} = -\frac{(40-30)}{(40+30)/2} : \frac{(2,5-3)}{(2,5+3)/2} = -1,57$$

$$E_{np1} = \frac{(30-40)}{(30+40)/2} : \frac{(3-3,5)}{(3+3,5)/2} = 1,9$$

$$E_{np2} = \frac{(20-30)}{(20+30)/2} : \frac{(2,5-3)}{(2,5+3)/2} = 2,2$$

$$E_{np3} = \frac{(10-20)}{(10+20)/2} : \frac{(2-2,5)}{(2+2,5)/2} = 3,0$$

Вывод. Спрос и предложение эластичны, т. к. $|E| > 1$. Равновесная цена равна 3 руб. Общая выручка составит 140 руб., расходы покупателя – 320 руб.

3.5. Тестовые задания

По дисциплине «Ценообразование в АПК» предусмотрено проведение письменного тестирования. Письменное тестирование рассматривается как текущий контроль успеваемости и проводится после изучения определенного раздела дисциплины.

Результаты тестирования не учитываются при проведении промежуточной аттестации.

Количество вариантов – 5 (общий объем тестовых заданий составляет 50 единиц).

Пример одного из вариантов тестовых заданий

Тестовые задания по теме: Теория ценообразования. Классификация цен.

Вариант 1 из 5 вариантов.

Вопрос 1. Затратный подход к ценообразованию основан на учёте ...

- всех фактических затрат на производство и сбыт товаров
- зависит от спроса населения на товар
- постоянных затрат на производство товара
- прямых затрат на производство товара

Вопрос 2. Когда потолок цен устанавливается ниже равновесной цены, возникает ...

- дефицит
- избыток
- изменение предложения
- изменения объема продаж

Вопрос 3. Косвенные методы регулирования цен

- введение рекомендательных цен по важнейшим видам продукции
- изменение акцизной ставки
- установление паритетных цен
- установление предельного норматива рентабельности

Вопрос 4. Маржинальная теория цены и ценообразования считает базой цены товара ...

- качество
- полезность
- предельную полезность
- редкость

Вопрос 5. На рынке свободной конкуренции организация придерживается:

- адаптивной политики цен
- маркетингового ценообразования
- политики доминирующего лидерства
- политики приспособления к ведущим конкурентам

Вопрос 6. Недостатки методов затратного ценообразования:

- игнорирование информации о поведении конкурентов
- игнорирование информации о поведении покупателей
- недостоверность исходных данных
- сложность сбора информации

Вопрос 7. Олигополия — это такая рыночная структура, при которой:

- в отрасли незначительное количество производителей, которые могут согласовать свои действия
- в отрасли один производитель и несколько покупателей, товар однороден
- товар однороден, входные барьеры отсутствуют, имеется один продавец и много покупателей
- товар однороден, имеется много продавцов и один покупатель

Вопрос 8. Определите переменные издержки единицы продукции (руб.), при условии, что точка безубыточности равна 500 ед., годовая сумма постоянных издержек составляет 70000 руб., цена продукции – 200 руб.:

- 140
- 2,5
- 350
- 60

Вопрос 9. Определите точку безубыточности (шт.), если известно, что годовая сумма постоянных издержек составляет 56000 руб., цена продукции – 300 руб., переменные издержки – 100 руб.:

- 140
- 187
- 280
- 560

Вопрос 10. Основной метод установления цен:

- «снятия сливок»
- захват потребительского излишка
- максимум прибыли
- обеспечение безубыточности
- средние затраты плюс прибыль

3.6. Рубежный контроль

Вопросы рубежного контроля № 1

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

1. Сущность цены. Функции цен в рыночной экономике.
2. Взаимосвязь цен с основными экономическими законами.
3. Основные ценообразующие факторы.
4. Субъекты и объекты ценообразования.
5. Рынок как условие ценообразования.
6. Цели фирмы и их отражение в политике ценообразования.
7. Затратный подход к ценообразованию и порождаемые им проблемы.
8. Ценностной подход к ценообразованию, ошибки в его использовании.
9. Экономическая ценность товара; процедура ее определения.
10. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен.
11. Система цен и ее основные особенности.
12. Классификация цен по видам во внутренней торговле.
13. Виды цен в зависимости от экономического оборота.
14. Сферы применения различных видов цен. Механизм их взаимодействия.
15. Характеристика основных видов цен: оптовых, закупочных и розничных цен.
16. Франкирование цен. Дифференциация цен в зависимости от транспортных расходов на внутреннем рынке.
17. Элементы цены. Структура основных видов цен.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Назовите основные теории ценообразования. В чем их принципиальные различия?

2. Сформулируйте определение экономической сущности цены в различных теориях ценообразования.
3. Какие экономические законы определяют уровень цен на рынке?
4. Дайте характеристику функциям, которые выполняют цены в рыночной экономике.
5. Дайте понятие верхнего и нижнего пределов цены.
6. Назовите коренные отличия ценностного ценообразования от затратного.
7. Что такое активное и пассивное ценообразование?
8. Дайте определение системы цен.
9. В чем состоит взаимосвязь цен?
10. Какие существуют виды цен?
11. Назовите основные виды цен в зависимости от отраслей и сфер обслуживания экономики и дайте им характеристику.

Вопросы рубежного контроля № 2

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

1. Роль затрат в обосновании ценовых решений. Себестоимость.
2. Идентификация затрат, существенных для анализа цен.
3. Калькулирование затрат по методу полной себестоимости.
4. Калькулирование затрат по методу сокращенной себестоимости.
5. Калькулирование затрат по методу нормативной себестоимости.
6. Прибыль и показатели рентабельности. Взаимосвязь различных показателей рентабельности.
7. Факторы выбора конкурентной стратегии.
8. Процесс формирования ценовой стратегии.
9. Соотношение «цена-качество» в ценах.
10. Оценка спроса для целей ценообразования.
11. Косвенные налоги (НДС, акциз) в структуре цены. Взаимосвязь налогов и цен.
12. Формирование розничной цены на импортные товары с учетом налогов.
13. Снабженческо-сбытовые и торговые надбавки (скидки) как элементы цены.
14. Объективная необходимость государственного регулирования цен в условиях рыночной экономики.
15. Методы прямого и косвенного регулирования цен.
16. Национальные условия производства и реализации товаров.
17. Экономическая природа цен внутреннего рынка.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Назовите и охарактеризуйте основные факторы производства и виды дохода, которые они создают.
2. Опишите систему факторов, обуславливающих взаимосвязь и взаимозависимость цен.

3. Что влияет на спрос на товары и услуги в рыночной экономике?
4. Что влияет на предложение конкретного товара или услуги?
5. Как взаимодействие спроса и предложения определяет цены?
6. Как изменения спроса и предложения влияют на изменение цен?
7. Что такое предельная полезность? В чем выражается взаимодействие между общей и предельной полезностью?
8. Что такое «эластичность спроса по цене»?
9. Объясните, из чего состоит рыночный механизм и каково его воздействие на рыночное ценообразование?
10. Дайте определение конкуренции. Каким образом конкуренция уравнивает рыночные цены?
11. Назовите объективные и субъективные факторы, оказывающие влияние на уровень и структуру цены.
12. Назовите ценовые факторы, которыми предприятие может управлять. Какие ценовые факторы не поддаются управлению со стороны предприятия?
13. Назовите факторы, повышающие уровень цены. Какие факторы оказывают обратное воздействие?
14. Какой тип ценообразования присущ фирме на рынке совершенной конкуренции?
15. Ценовая дискриминация: ее сущность, цели и методы. Монопольные цены: определение и характерные признаки.

Вопросы рубежного контроля № 3

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

1. Понятие мировой цены и ее экономическая природа.
2. Доступность информации по мировым ценам.
3. Представительность мировой цены.
4. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен.
5. Интернациональные издержки производства и интернациональная стоимость.
6. Влияние соотношения спроса и предложения в международной торговле на мировые цены.
7. Монополистический фактор международного ценообразования.
8. Множественность цен мирового рынка и ее связь с этапами ценообразования.
9. Виды цен мирового рынка.
10. Методы установления цен в контрактах.
11. Расчетные ценовые показатели.
12. Скидки на уторговывание и методы их определения.
13. Источники информации о ценах мирового рынка.
14. Национальная и интернациональная стоимость товара.
15. Характер взаимосвязи мировых цен, контрактных и внутренних цен на экспортируемые и импортируемые товары.
16. Проверка обоснованности контрактных цен таможенными органами.

17. Взаимосвязь контрактных цен, таможенных платежей и таможенной стоимости.
18. Проведение контроля таможенной стоимости при проверке обоснованности контрактной цены.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Какие предположения относительно реакции конкурентов на изменение цен какой-нибудь одной фирмы лежат в основе ломаной кривой спроса?
2. Как ломаная кривая спроса помогает объяснить негибкость олигополистических цен?
4. Почему мог бы состояться тайный сговор относительно цены в олигополистических отраслях? Определите экономическую желательность обусловленного тайным сговором ценообразования.
5. Объясните, если каждая фирма знает, что цена, установленная каждым из ее конкурентов, зависит от ее собственной цены, как могут быть определены цены? Каковы основные препятствия для тайного соглашения о цене?
6. Объясните, как лидерство в ценах могло бы развиваться и осуществляться в олигополистической отрасли.
7. Является ли ценообразование по принципу «издержки плюс» совместимым с тайным сговором?

3.7. Промежуточная аттестация

Вид промежуточной аттестации – зачет в соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.03.01 Экономика.

При сдаче зачета практические (расчетные) задания не предусмотрены.

Вопросы, выносимые на зачет

1. Сущность цены. Функции цен в рыночной экономике.
2. Взаимосвязь цен с основными экономическими законами.
3. Основные ценообразующие факторы.
4. Субъекты и объекты ценообразования.
5. Рынок как условие ценообразования.
6. Цели фирмы и их отражение в политике ценообразования.
7. Затратный подход к ценообразованию и порождаемые им проблемы.
8. Ценностной подход к ценообразованию, ошибки в его использовании.
9. Экономическая ценность товара; процедура ее определения.
10. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен.
11. Система цен и ее основные особенности.
12. Классификация цен по видам во внутренней торговле.
13. Виды цен в зависимости от экономического оборота.
14. Сферы применения различных видов цен. Механизм их взаимодействия.

15. Характеристика основных видов цен: оптовых, закупочных и розничных цен.
16. Франкирование цен. Дифференциация цен в зависимости от транспортных расходов на внутреннем рынке.
17. Элементы цены. Структура основных видов цен.
18. Роль затрат в обосновании ценовых решений. Себестоимость.
19. Идентификация затрат, существенных для анализа цен.
20. Калькулирование затрат по методу полной себестоимости.
21. Калькулирование затрат по методу сокращенной себестоимости.
22. Калькулирование затрат по методу нормативной себестоимости.
23. Прибыль и показатели рентабельности. Взаимосвязь различных показателей рентабельности.
24. Факторы выбора конкурентной стратегии.
25. Процесс формирования ценовой стратегии.
26. Соотношение «цена-качество» в ценах.
27. Оценка спроса для целей ценообразования.
28. Косвенные налоги (НДС, акциз) в структуре цены. Взаимосвязь налогов и цен.
29. Формирование розничной цены на импортные товары с учетом налогов.
30. Снабженческо-сбытовые и торговые надбавки (скидки) как элементы цены.
31. Объективная необходимость государственного регулирования цен в условиях рыночной экономики.
32. Методы прямого и косвенного регулирования цен.
33. Национальные условия производства и реализации товаров.
34. Экономическая природа цен внутреннего рынка.
35. Понятие мировой цены и ее экономическая природа.
36. Доступность информации по мировым ценам.
37. Представительность мировой цены.
38. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен.
39. Интернациональные издержки производства и интернациональная стоимость.
40. Влияние соотношения спроса и предложения в международной торговле на мировые цены.
41. Монополистический фактор международного ценообразования.
42. Множественность цен мирового рынка и ее связь с этапами ценообразования.
43. Виды цен мирового рынка.
44. Методы установления цен в контрактах.
45. Расчетные ценовые показатели.
46. Скидки на уторговывание и методы их определения.
47. Источники информации о ценах мирового рынка.
48. Национальная и интернациональная стоимость товара.

49. Характер взаимосвязи мировых цен, контрактных и внутренних цен на экспортируемые и импортируемые товары.
50. Проверка обоснованности контрактных цен таможенными органами.
51. Взаимосвязь контрактных цен, таможенных платежей и таможенной стоимости.
52. Проведение контроля таможенной стоимости при проверке обоснованности контрактной цены.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1 Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Контроль результатов обучения обучающихся, этапов и уровня формирования компетенций по дисциплине «Ценообразование в АПК» осуществляется через проведение входного, текущего, рубежных, выходного контролей и контроля самостоятельной работы

Формы текущего, промежуточного и итогового контроля, порядок начисления баллов и фонды контрольных заданий для текущего контроля разрабатываются кафедрой исходя из специфики дисциплины, и утверждаются на заседании кафедры.

4.2 Критерии оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Описание шкалы оценивания достижения компетенций по дисциплине приведено в таблице 6.

Таблица 6

Уровень освоения компетенции	Отметка по пятибалльной системе (промежуточная аттестация)	Описание
высокий	«зачтено»	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, обучающийся проявляет творческие способности в понимании, изложении и

Уровень освоения компетенции	Отметка по пятибалльной системе (промежуточная аттестация)	Описание
		использовании материала
<i>базовый</i>	«зачтено»	Обучающийся обнаружил полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе
<i>пороговый</i>	«зачтено»	Обучающийся обнаружил знания основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допустил погрешности в ответе на зачете и при выполнении заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
—	«не зачтено»	Обучающийся обнаружил пробелы в знаниях основного учебного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий, не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании образовательной организации без дополнительных занятий

4.2.1. Критерии оценки устного ответа при промежуточной аттестации

При ответе на вопрос обучающийся демонстрирует:

знания: основной понятийный аппарат, характеризующий содержание процесса ценообразования; методы ценообразования в АПК и особенности их применения; формы, приемы и методы интерпретации экономических и социально-экономических данных ценообразования в АПК.

умения: собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по ценообразованию в АПК; производить расчеты экономических и социально-экономических показателей на основе данных по ценообразованию в АПК.

владение навыками: основными положениями и методами ценообразования при решении социальных и профессиональных задач, способностью к обобщению, анализу, адекватному восприятию экономической информации, навыками применения методов ценообразования в агропромышленном комплексе

Критерии оценки

<p>зачтено</p>	<p>обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание материала, знает основной понятийный аппарат, характеризующий содержание процесса ценообразования; методы ценообразования в АПК, особенности их применения, практики применения материала, исчерпывающе и последовательно, четко и логично излагает материал, хорошо ориентируется в материале, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий; - умение собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов для ценообразования; использовать методы ценообразования в АПК, используя современные методы и показатели ценообразования; - успешное и системное владение навыками ценообразования в агропромышленном комплексе
<p>зачтено</p>	<p>обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание материала, не допускает существенных неточностей; - в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы, умение собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по ценообразованию; использовать методы ценообразования в АПК, используя современные методы и показатели; - в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы или сопровождающееся отдельными ошибками владение навыками ценообразования в агропромышленном комплексе
<p>зачтено</p>	<p>обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знания только основного материала, но не знает деталей, , допускает неточности в формулировках, нарушает логическую последовательность в изложении программного материала; - в целом успешное, но не системное умение собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по ценообразованию; использовать методы ценообразования в агропромышленном комплексе; - в целом успешное, но не системное владение навыками ценообразования в АПК
<p>не зачтено</p>	<p>обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале, не знает основной понятийный аппарат, характеризующий содержание процесса ценообразования в АПК; методы ценообразования, особенности их применения, не знает практику применения материала, допускает существенные ошибки; - не умеет собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по ценообразованию в АПК; и; использовать методы ценообразования, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими

	<p>затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство заданий, предусмотренных программой дисциплины, не выполнено;</p> <p>- обучающийся не владеет навыками ценообразования в АПК, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство предусмотренных программой дисциплины не выполнено</p>
--	---

4.2.2. Критерии оценки доклада

При подготовки устного доклада обучающийся демонстрирует:

знания: основных понятий проблемы доклада;

умения: систематизировать и структурировать материал; делать обобщения и сопоставления различных точек зрения по рассматриваемому вопросу, делать и аргументировать основные выводы

владение навыками: анализа различных источников информации по данной проблематике, систематизации и структурирования материала доклада

Критерии оценки устного доклада

зачтено	<p>обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание материала (материал систематизирован и структурирован; сделаны обобщения и сопоставления различных точек зрения по рассматриваемому вопросу, сделаны и аргументированы основные выводы, отчетливо видна самостоятельность суждений, основные понятия проблемы изложены полно и глубоко) - грамотность и культура изложения; - дает правильные ответы на вопросы аудитории при презентации доклада
зачтено	<p>обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание материала (материал систематизирован и структурирован; сделаны обобщения и сопоставления различных точек зрения по рассматриваемому вопросу, сделаны и аргументированы основные выводы) - дает неточные ответы на вопросы аудитории при презентации доклада
зачтено	<p>обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - неполное знание материала (в материале представлена одна точка зрения, отсутствует самостоятельность суждений) - не отвечает на вопросы аудитории при презентации доклада
не зачтено	<p>обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - не выполнил доклад

4.2.3. Критерии оценки выполнения кейс-заданий

При выполнении кейс-заданий обучающийся демонстрирует:

знания: основного понятийного аппарата, характеризующего содержание процесса ценообразования; методов ценообразования в АПК, особенностей их применения и реализации;

умения: собрать и проанализировать исходные данные, производить расчеты экономических и социально-экономических показателей по ценообразованию в агропромышленном комплексе;

владение навыками: применения основных положений и методов ценообразования при решении социальных и профессиональных задач, обоснования применения основных экономических показателей процесса ценообразования в агропромышленном комплексе.

Критерии оценки выполнения кейс-заданий

зачтено	обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none">- если решение обучающегося имеет признаки практикоориентированности;- выводы достаточно аргументированы и подтверждены верными расчетами;- предложены варианты решения поставленной задачи.
зачтено	обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none">- решение обучающегося имеет признаки практикоориентированности;- приведены верные выводы, имеется аргументация выводов, но она носит неполный характер.
зачтено	обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none">- приведены недостаточно полные выводы, аргументация не полностью соответствует условиям задания;- расчеты являются частично неверными.
не зачтено	обучающийся: <ul style="list-style-type: none">- имеются существенные отступления от условий кейс-задания;- приведены неверные выводы, аргументация не соответствует условиям задания;- отсутствуют или являются полностью неверными расчеты.

4.2.4. Критерии оценки выполнения типовых расчетов

При выполнении типовых расчетов обучающийся демонстрирует:

знания: основного понятийного аппарата, характеризующего содержание процесса ценообразования; методов ценообразования в АПК, особенностей их применения и реализации;

умения: собрать и проанализировать исходные данные, производить расчеты экономических и социально-экономических показателей по ценообразованию в агропромышленном комплексе;

владение навыками: применения основных положений и методов ценообразования при решении социальных и профессиональных задач, обоснования применения основных экономических показателей процесса ценообразования в агропромышленном комплексе.

Критерии оценки выполнения типовых расчетов

зачтено	обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none">- обнаруживает усвоение всего объема программного материала; свободно применяет полученные знания при решении задач;- не допускает ошибок и недочетов;- все задачи имеют верные решения, грамотно оформлены.
зачтено	обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none">- обучающийся знает весь изученный материал; умеет применять полученные знания при решении задач;- работа выполнена полностью, но при наличии в ней не более одной негрубой ошибки и не более трех недочетов.
зачтено	обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none">- обучающийся обнаруживает усвоение основного материала, но испытывает затруднение при его самостоятельном воспроизведении и требует дополнительных и уточняющих вопросов преподавателя;- обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более трех негрубых ошибок.
не зачтено	обучающийся: <ul style="list-style-type: none">- у обучающегося имеются отдельные представления об изученном материале, но все же большая часть материала не усвоена;- выставляется, если правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

4.2.5. Критерии оценки выполнения тестовых заданий

При выполнении тестовых заданий обучающийся демонстрирует:
знания: усвоение всего объема программного материала.

Критерии оценки выполнения тестовых заданий

зачтено	обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none">- обнаруживает усвоение всего объема программного материала; свободно применяет полученные знания при выполнении тестовых заданий;- от 91 до 100 % правильных ответов из общего числа предъявленных тестовых заданий
зачтено	обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none">- обучающийся знает весь изученный материал; умеет применять полученные знания при выполнении тестовых заданий;- от 81 до 90 % правильных ответов из общего числа предъявленных тестовых заданий
зачтено	обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none">- обучающийся обнаруживает усвоение основного материала, но испытывает затруднение при его самостоятельном воспроизведении при выполнении тестовых заданий и требует дополнительных и уточняющих вопросов

	преподавателя ; - от 71 до 80 % правильных ответов из общего числа
не зачтено	обучающийся: - у обучающегося имеются отдельные представления об изученном материале, но все же большая часть материала не усвоена; - менее 70 % правильных ответов из общего числа предъявленных тестовых заданий

Разработчик: доцент Потоцкая Л.Н.


(подпись)