

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Курганский государственный университет»

Кафедра «Экономика и маркетинг»

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Методические указания
к проведению практических занятий
для студентов очной формы обучения
направления 080200.62 «Менеджмент» направленности (профиля)
образовательной программы «Маркетинг»

Курган 2015

Кафедра: «Экономика и маркетинг»

Дисциплина: «Экономика предприятия»

(специальность 080200.62).

Составил: канд. экон. наук, доцент Л.А. Паклина.

Утверждены на заседании кафедры «3» декабря 2014 г.

Рекомендованы методическим советом университета
«19» декабря 2014 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Вопросы для семинара

- 1 Понятие и сущность цены. Ценообразующие факторы.
- 2 Функции цены.
- 3 Методология ценообразования.
- 4 Классификация и виды цен. Структурные элементы цены.
- 5 Отличительные черты ценообразования на разных типах рынка.

Задачи

1 Определить свободную розничную цену товара при условии, что он поступает в розничную торговую сеть через оптовую организацию; прибыль предприятия от реализации товара по свободным отпускным ценам. Составить структуру свободной розничной цены, если: себестоимость товара – 7,1 руб.; ставка акциза – 45% к свободной отпускной цене (без НДС); НДС – 18% к свободной отпускной цене (без НДС); свободная отпускная цена (с НДС) – 21,4 руб.; оптовая надбавка – 7% к свободной цене; торговая надбавка – 25% к свободной цене.

2 Определить регулируемую оптовую и розничную цены на новый товар предприятия пищевой промышленности. Составить структуру регулируемой розничной цены. Исходные данные:

- сырье и материалы – 10,8 руб.;
- затраты на обработку товара – 3,2 руб.;
- коммерческие расходы – 7% к производственной себестоимости;
- рентабельность – 20% у себестоимости товара;
- НДС – 10% к регулируемой розничной цене (за вычетом торговой скидки);
- торговая скидка – 15% к регулируемой розничной цене.

3 Организация на условиях скользящих цен получила заказ на поставку оборудования. Дата получения заказа – январь планового года, срок поставки – декабрь отчетного года. Предложенные поставщиком условия скользящего определяют следующую раскладку цены на составляющие:

- стоимость материалов – 50%;
- стоимость рабочей силы – 20%;
- неизменная часть цены – 30%.

Предполагается, что за плановый год цены на материалы вырастут на 17%, а ставки номинальной заработной платы повысятся на 25%. Приняв базисную цену за 100 условных единиц, определить по формуле скользящего процента процент повышения цены.

4 Рассчитайте цену товара на момент поставки исходя из следующих условий. Цена товара на момент заключения договора поставки составила 1200 руб., доля заработной платы в цене товара на момент заключения договора составила 20%, доля сырья –35%. Стоимость 1 кг сырья на момент заключения договора – 300 руб., на момент исполнения договора – 450 руб., заработная плата на момент заключения договора – 2200 руб., на момент исполнения договора – 3300 руб.

Тестовые задания

Выбрать верный ответ и обосновать свое решение

1 Для рынка монополистической конкуренции характерно:

- а) ценообразование в полной зависимости от конкурентов;
- б) ценообразование в соответствии с позиционированием товара;
- в) чисто монопольное ценообразование;
- г) соглашение по ценам.

2 Продавцы придерживаются политики адаптивного ценообразования:

- а) на олигопольном рынке;
- б) на рынке монополистической конкуренции;
- в) на рынке свободной конкуренции.

3 Олигополия – это такая рыночная структура, при которой:

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

4 Под монополистической конкуренцией понимают такую структуру рынка, при которой:

- а) группа взаимодополняемых товаров производится большим числом независимых друг от друга производителей;
- б) группа взаимодополняемых товаров производится небольшим числом независимых друг от друга производителей;
- в) группа взаимозаменяемых товаров производится большим числом независимых друг от друга производителей;
- г) все товары производятся в условиях конкуренции.

5 В группу условий совершенной конкуренции входит условие:

- а) имеется много продавцов и покупателей и каждый из них производит лишь малую долю всего объема этого товара;

- б) товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателя;
- в) информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна;
- г) отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль для нового производителя и нет препятствия для выхода их отрасли.

6 Важная черта, которая отличает монополистическую конкуренцию от совершенной конкуренции, состоит в том, что:

- а) имеются серьезные барьеры для вхождения на рынок монополистической конкуренции;
- б) конкурирующие фирмы продают дифференцированный товар, а не однородный;
- в) в длительном периоде в условиях монополистической конкуренции фирмы получают экономическую прибыль;
- г) конкурирующие фирмы продают уникальные товары.

ТЕМА 2. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

Вопросы для семинара

- 1 Цели ценовой политики.
- 2 Этапы разработки ценовой политики.
- 3 Альтернативы ценовой политики.

Задачи

1 Ценовая эластичность спроса на товар равна 1,25. Руководство предприятия рассматривает предложение о снижении цены товара на 785 руб. Базовый объем производства составлял 12500 единиц по цене 1870 руб., базовые совокупные затраты составляли 15 млн руб. и базовое соотношение постоянных и переменных затрат составлял 35:65. Определить последствия снижения цены.

2 Предприятие производит 5 тыс. ед. товара в год. Исходные данные:

- удельная производственная себестоимость – 55 тыс. руб.;
- удельные постоянные затраты – 12 тыс. руб.;
- удельные переменные затраты – 24 тыс. руб.;
- цена – 138 тыс. руб.

В настоящее время предприятие рассматривает предложение о дополнительном производстве 1200 ед. аналогичного товара и продаже его по цене 117 тыс. руб. Определить выгодность предполагаемой сделки.

3 Планируется обеспечить экономию материалов за счет снижения норм на 5% и цен – на 3%. Себестоимость товарной продукции составляет 300 тыс. руб., в том числе затраты на сырье и материалы – 225 тыс. руб.

Определите влияние на себестоимость продукции снижения норм и цен на материалы.

4 По данным таблицы 1 рассчитать возможный диапазон розничных цен 1 кг пшеничного хлеба 1 сорта. Какие нормативные документы регулируют ценообразование и уровень цен на хлебобулочные изделия?

Таблица 1 – Исходные данные

Показатели	Min значение	Max значение
1 Закупочная цена пшеницы, руб. за тонну	1700	2500
2 Отходы на элеваторе, %	20	15
3 Цена услуг элеватора, руб. за тонну:		
3.1 Приемка	25	60
3.2 Хранение	25	33
3.3 Подработка	6	10
3.4 Отгрузка	23	60
3.5 Сушка	10	35
4 Издержки мельниц, руб. за тонну	500	800
5 Предельный уровень рентабельности затрат мельниц, %	15	15
6 Издержки хлебозавода, руб./кг	1	1,5
7 Предельный уровень рентабельности к полной себестоимости, %	20	20
8 Норма выхода готовой продукции на предприятиях хлебопечения, %	140	140
9 НДС к оптовой цене хлеба, %	10	10
10 Предельный размер торговой надбавки, %	10	10

5 Определить наиболее прибыльные товарные позиции с точки зрения удельных показателей и показателей объема, используя данные таблицы 2 по строкам 1-3. Ответ дать с помощью расчетов по строкам 4-7.

Таблица 2 – Исходные данные и расчетные значения

Показатели	Товарные позиции			
	1	2	3	4
1 Прогнозируемый уровень цен (на 1 ед. продукции), ден. ед.	18	16	15	14
2 Прогнозируемые объемы продаж, шт.	400	600	800	900
3 Удельные переменные затраты, ден. ед.	8,58	8,46	8,40	8,34
4 Маржинальная прибыль на единицу продукции, ден. ед.				
5 Суммарная маржинальная прибыль, ден. ед.				

6 Суммарные постоянные затраты (при 100% использовании производственных мощностей), ден. ед.				
7 Суммарная прибыль от реализации, ден. ед.				

6. Себестоимость единицы экспортируемой продукции равна 10 тыс. руб.; приемлемая для производителя рентабельность составляет 20%; ставка НДС – 18%; ставка акциза – 10%; внутренние расходы экспортера в расчете на одно изделие по доставке до таможи составляют 5 тыс. руб.; расчетная величина таможенного сбора составляет 35 руб.; возможная контрактная цена за партию изделий – 5000 у. е. (курс в рублях принять равным текущему курсу на момент расчета задания). Определить прибыльность (убыточность) сделки.

7 Полные затраты изготовителя продукции, включая доставку на склад изготовителя, составляют 30 руб. на единицу продукции. Приемлемая для изготовителя рентабельность равна 10% к затратам. Изготовитель поставляет продукцию четырем потребителям: А, Б, В, Г. Данные о потребителях представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Исходные данные

Показатели	Потребители			
	А	Б	В	Г
1 Расстояние со склада изготовителя до потребителя, км	5	25	150	200
2 Сложившийся объем поставок, шт.	100	200	250	200
3 Суммарные затраты на доставку от склада изготовителя до потребителя, руб.	100	950	5625	5600

Рассчитать отпускную цену единицы продукции на условиях франко-склад изготовителя (ставка НДС – 18%). Проанализировать возможность и целесообразность установления единых или поясных цен (I пояс – до 100 км, II пояс – свыше 100 км), если стоимость покупки аналогичного товара у конкурентов с учетом затрат на доставку составит для потребителей: А – 46,2 руб., Б – 43,9 руб., В – 63,7 руб., Г – 69,0 руб.

8 Выход на рынок для предприятия неограничен, средняя минимальная цена на продажи составляет 500 руб. за единицу товара при объеме производства 200 шт. и 300 руб. за единицу при объеме производства 400 шт. При любом объеме производства и поставке товара на рынок улучшенной модели товара потребуются дополнительные 100 руб. Предполагается, что затраты на маркетинг для двух штук товара вместо одной незначительны. В покупке товара заинтересованы 400 покупателей. Половина из них не чувствительна к уровню цен и желает получить товар лучшего качества, даже если придется платить по 600 руб. за единицу. Другая половина чувствительна к цене и хочет приобрести

базовую модель, но не дороже 300 руб. за штуку. Определить какую модель и по какой цене следует производить и продавать предприятию.

9 Используя метод балльных оценок, определить свободную розничную цену товаров А и В. Для расчета себестоимости одного балла следует принять товар А, себестоимость которого составляет 11 руб. Коэффициент классности товара В установлен 1,15.

Балльная оценка различных параметров указанных моделей товаров приведена в таблице 4.

Таблица 4 – Балльная оценка параметров моделей товаров А и В

Товар	Анализируемые характеристики				Сумма баллов
	Удобство пользования	Долговечность	Надежность	Дизайн	
А	24	35	18	13	
В	26	40	15	14	

Уровень рентабельности, рассчитанный предприятием на товар А, составляет 30% к себестоимости, на товар В – 40% к себестоимости; НДС – 18%; торговая надбавка – 15%.

10 Предприятие будет использовать свои производственные мощности на 80% и выпускать 2000 ед. продукции. Полные затраты составляют 200 тыс. руб., рентабельность продукции – 25%. Определить интервал цены от безубыточности до рентабельности 25%.

11 Определить, как изменение цен на сырье повлияет на критический объем выпуска продукции. Цена единицы товара составляет 100 руб., удельные переменные затраты составляют 75 руб./ед., общие постоянные (косвенные) затраты – 12000 руб. Цены на сырье возрастут на 15%, общий рост переменных затрат, в которые включаются затраты на сырье, составит 8%.

ТЕМА 3. ЦЕНОВАЯ СТРАТЕГИЯ

Вопросы для семинара

- 1 Ценовые стратегии и их классификация.
- 2 Этапы разработки ценовой стратегии.
- 3 Условия эффективности применения стратегий.

Задачи

1 Привести примеры применения стратегий конкурентного ценообразования:

- на продовольственном рынке;
- на рынке жилья;

- на рынке образовательных услуг;
- на рынке услуг транспорта;
- на рынке непродовольственных товаров.

2 Приведите примеры стратегий дифференцированного ценообразования и оцените условия их применения:

- на продовольственном рынке;
- на рынке медицинских товаров;
- на рынке образовательных услуг;
- на рынке бытовой техники и электроники;
- на рынке канцелярских товаров.

3 Определить параметры для анализа при определении положительных и отрицательных отличий следующих товаров:

- телевизоры;
- мотоциклы;
- принтеры;
- образовательные услуги;
- медицинские услуги.

4 Цена услуги составляет 200 руб., переменные затраты 120 руб. Ожидается рост переменных затрат на 10%. Проанализируйте последствия возможных альтернативных решений фирмы.

Альтернатива 1. Увеличить цену услуги для компенсации возросших затрат. Как изменится спрос покупателей и выручка, если коэффициент эластичности спроса по цене равен 2?

Альтернатива 2. Оставить цену на прежнем уровне. На сколько следует изменить объем предоставляемых услуг, чтобы данное решение было безубыточным?

5 При цене товара 800 руб./ед. фирма реализует 1000 ед. товара, а при цене 1000 руб./ед. – 600 ед. Определить коэффициент эластичности спроса, выбрать вариант цены и обосновать выбор, если прямые затраты на производство товара составят 400 руб./ед., а косвенные затраты – 25000 руб. на весь объем производства.

6 Предприятие выпускает три вида продукции – А, В и С. Выбрать наиболее рентабельные виды продукции по отношению:

- а) к полным издержкам (по полной прибыли);
- б) к прямым издержкам (по маржинальной прибыли).

Исходные данные для решения: объем производства товаров (единиц): А – 600, В – 200, С – 100. Выручка от реализации продукции (тыс. руб.): А = 150, В = 400, С = 385. Прямые затраты (тыс. руб.): А = 70; В = 150; С = 200. Косвенные затраты составляют 380 (тыс. руб.)

ТЕМА 4. ЦЕНОВАЯ ТАКТИКА

Вопросы для семинара

- 1 Понятие ценовой тактики. Основные решения, принимаемые при рыночной корректировке цены.
- 2 Основные тактические приемы: скидки и надбавки.

Задачи

1 Определите, выгодно ли производителю снизить цену товара на 80 руб., если текущая цена товара 1850 руб., текущий объем продаж – 1200 штук, себестоимость 1420 руб., соотношение между постоянными и переменными издержками 50:50, коэффициент эластичности спроса по цене – 2.

Оцените, как изменится прибыль предприятия. Определить при каком коэффициенте эластичности спроса по цене данное решение будет безубыточным?

2 Итоговые данные о работе предприятия за год:

- объем реализации (20 тыс. шт.) – 2 млн руб.;
- основные материалы – 700 тыс. руб.;
- заработная плата основных производственных рабочих – 500 тыс. руб. ;
- постоянные производственные накладные расходы – 400 тыс. руб. ;
- переменные производственные накладные расходы – 100 тыс. руб. ;
- административные накладные расходы – 350 тыс. руб.;
- постоянные реализационные накладные расходы 250 тыс. руб.

Определить, какое из предложений более выгодно:

Предложение А. Снизить цену реализации на 15%, что привело бы к увеличению объема реализации на 45%.

Предложение Б. Увеличить почасовые ставки заработной платы основных производственных рабочих с 25 до 35 руб. в рамках мероприятия по повышению производительности и оплаты труда. Предполагается, что это увеличило бы объем производства и реализации на 35%, но расходы на рекламу возросли бы на 100 тыс. руб.

3 Исходные данные:

Постоянные затраты предприятия в год – 100 000 руб.

Отпускная цена единицы продукции – 37 руб.

Переменные затраты на единицу продукции – 15 руб.

Текущий объем продаж – 12000 шт.

Определить:

А. Прибыль предприятия при сокращении переменных затрат на 10% и постоянных затрат на 7000 руб. при условии, что текущий объем продаж сохранится тем же.

Б. Какую отпускную цену единицы продукции следует установить для получения прибыли в сумме 27 000 руб. от продажи 12000 единиц продукции.

В. Какой добавочный объем продаж необходим для покрытия дополнительных постоянных затрат в размере 18 000 руб., связанных с расширением производства.

4 Исходные данные:

Постоянные издержки за год – 70 000 руб.

Цена реализации единицы продукции – 24 руб.

Переменные издержки на единицу продукции – 15 руб.

Текущий объем реализации – 9400 шт.

Определить:

А. Какая будет прибыль предприятия в результате сокращения переменных затрат на 10% и постоянных затрат на 9000 руб. при условии, что текущий объем продаж сохранится тем же.

Б. Какую цену реализации следовало бы установить для получения прибыли в размере 32 000 руб. от реализации 9400 единиц продукции.

В. Какой дополнительный объем продаж необходим для покрытия возросшей на 7580 руб. арендной платы в связи с расширением производственных мощностей.

5 Исходные данные.

Постоянные издержки за год – 50 000 руб.

Цена реализации единицы продукции – 22 руб.

Переменные издержки на единицу продукции – 10 руб.

Текущий объем реализации – 8000 шт.

Определить:

А. Какая будет прибыль предприятия в результате сокращения затрат на материалы на 10% (при условии, что их доля в переменных издержках 75%) и амортизационных затрат на 8000 руб. при условии, что текущий объем продаж сохранится тем же.

Б. Какую цену реализации следовало бы установить для получения прибыли в размере 35000 руб. от реализации 8000 единиц продукции при условии, что взят кредит в размере 100000 руб. под 15% годовых.

В. Какой дополнительный объем продаж необходим для покрытия добавочных постоянных затрат в размере 12000 руб., связанных с расширением производства.

ТЕМА 5. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Вопросы для семинара

- 1 Цели, принципы, формы и содержание государственного регулирования цен.
- 2 Методы государственного регулирования цен.
- 3 Органы государственного регулирования цен.

Задачи

1 В течение непродолжительного периода времени налогоплательщик реализовал две партии однородных товаров: первую по цене 130 руб., а вторую – по цене 100 руб. Рассчитайте рыночную цену:

- а) если партии товаров были одинаковыми по размеру;
- б) если первая партия в три раза больше по размеру, чем вторая.

2 Цена по договору поставки между предприятиями была сформирована на условиях франко-станция назначения в размере 300 руб. Налоговые органы нашли рыночную цену по договору с аналогичными условиями, но на условиях франко-станция отправления в размере 250 руб. Транспортные расходы составляют 70 руб. Соответствует ли договорная цена рыночной?

3 Предприятие А реализует предприятию В товар по цене 1000 руб. При этом предприятие В перепродает данный товар по цене 3000 руб. Затраты по сбыту составили 300 руб. Найдите рыночную цену методом цены последующей реализации.

4 Определить свободную отпускную цену на подакцизный товар, включая НДС, а также сумму акцизов и налога на добавленную стоимость. Исходные данные: оптовая цена, включающая издержки производства и прибыль, составляет 1000 руб., ставка акциза – 30% к отпускной цене, налог на добавленную стоимость – 10%.

ТЕМА 6. ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В РАЗЛИЧНЫХ ОТРАСЛЯХ (СФЕРАХ) ЭКОНОМИКИ

Вопросы для семинара

- 1 Ценообразование на рынке транспортных услуг.
- 2 Ценообразование на рынке продовольственных товаров.
- 3 Ценообразование на социальные услуги: ценообразование в ЖКХ, на услуги образования и здравоохранения.

Задачи

1 АТП перевезло 5000 т по тарифу за тонну $T_T = 200$ руб./т и имело рентабельность 5% от общих затрат.

Определить, как скажется изменение цены на доходах, прибыли, рентабельности работы предприятия, если:

- а) повышение тарифа T_T на 5% привело к тому, что:
 - объем перевозок сохранился на прежнем уровне;
 - объем перевозок снизился на 10%;
- б) снижение тарифа T_T на 5% привело к тому, что:
 - объем перевозок остался неизменным;
 - имеется 10% - ое увеличение объема перевозок.

2 Общий объем перевозок автомобилей, работающих по сдельному тарифу за тонну, составляет 50 тыс. т., а оговоренный в договоре тариф за тонну $T_r = 170$ руб./т. Общая стоимость услуг составляет 8500 тыс. руб., общие затраты на перевозку – 7590 тыс. руб.

Затраты, приходящиеся на тонну перевезенного груза, распределяются следующим образом:

- стоимость ГСМ – 40% от общих затрат;
- заработная плата водителей – 32%;
- накладные расходы – 13%; все остальные – 15% от общих затрат.

За истекший квартал расходы на ГСМ возросли на 20% и составили 3600 тыс. руб., заработная плата водителей увеличилась на 10% и составила 2640 тыс. руб., накладные расходы увеличились на 5% и составили 1023,75 тыс. руб., все остальные расходы увеличились на 2% и составили 1147,5 тыс. руб.

Определить, какие тарифы будет вынуждено установить АТП на перевозку одной тонны груза в конце квартала.

3 ОАО «Автокомбинат № 1» предоставляет скидки с преysкурантного тарифа:

- для постоянных клиентов – 10%;
- при перевозке крупных партий груза – 10-15%;
- при оплате наличными – 15%.

Тариф за тонну перевозимого груза для автомобиля КамАЗ-5320 составляет $T_r = 250$ руб./т.

Построить ценовую шкалу по максимуму и минимуму скидок для потребителя, пользующегося всеми названными видами скидок. Определить окончательную цену продажи.

4 В областном центре действует несколько фирм, организующих в условиях острой конкуренции туристско-экскурсионные и деловые поездки граждан в страны Западной Европы.

Для привлечения клиентов конкурирующие фирмы используют предоставление скидок детям и инвалидам, а также скидки с учетом сезонности перевозок.

Проанализировать ситуацию и предложить свой вариант использования ценового фактора для повышения конкурентоспособности услуг.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Усвоение дисциплины «Ценообразование» требует самостоятельной проработки теоретических вопросов. Темы самостоятельной работы студентов приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Виды, наименование и содержание самостоятельной работы

Шифр СРС	Виды самостоятельной работы студентов (СРС)	Наименование и содержание	Трудоемкость, часы
С1	Углубленное изучение разделов, тем дисциплины лекционного курса	С1.1 Ценовая тактика 1 Ценовые модификации «дискриминационных цен». 2 Дифференциация цен по географическому принципу. 3 «Психологическое ценообразование».	6
		С1.2 Государственное регулирование ценообразования 1 Социальная направленность регулируемых цен. 2 Регулирование цен на продукцию и услуги естественных монополий. 3 Роль местных органов власти в регулировании цен на отдельные виды товаров и услуг социальной значимости.	
С2	Изучение разделов, тем дисциплины, не вошедших в лекционный курс	С2.1 Риски в ценообразовании. Страхование цен 1 Экономическая сущность рисков. 2 Ценовые риски и страхование цен.	4
		С2.2 Ценообразование в условиях инфляции 1 Роль цен в инфляционных процессах. 2 Стадии развития инфляции и динамика цен. 3 Влияние инфляционного роста цен на развитие экономики.	
		С2.3 Ценообразование на мировом товарном рынке 1 Мировая цена и ее определение. 2 Виды мировых цен и их классификация.	

Продолжение таблицы 5

		3 Установление цен в соответствии с базисными условиями поставки.		
С3	Подготовка к аудиторным занятиям (практические и лабораторные занятия, текущий и рубежный контроль)	С3.1 Подготовка к практическим занятиям	24	
		С3.2 Текущий контроль		
		С3.3 Рубежный контроль		
С4	Выполнение курсовых, домашних, расчетных, расчетно-графических работ, курсовых работ, проектов и т.д.	С4.1 –	–	
С5	Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине (зачет, экзамен)	С5.1 Зачет	18	
С6	Прочие виды СРС	С6.1 –	–	
			Итого:	52

Список литературы

- 1 Асейнов С. А. Ценообразование : учебник. М. : Финансы и статистика, 2010.
- 2 Баздникин А. С. Цены и ценообразование : учеб. пособие. М. : Юрайт, 2011.
- 3 Герасименко В. В. Ценообразование : учеб. пособие. М. : ИНФРА-М, 2011.
- 4 Липсиц И. В. Ценообразование : учеб.-практич. пособие для бакалавров. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Юрайт, 2013.
- 5 Окладников Д. Е. Практическое ценообразование : учебник. М. : ЛЕНАНД, 2014.
- 6 Салимжанов И. К. Ценообразование : учебник. М.: КНОРУС, 2010.
- 7 Сарафанова Е. В. Ценообразование : учеб. пособие. М. : РИОР, 2014.
- 8 Тарасевич В. М. Ценовая политика предприятия : учебник. СПб. : Питер, 2010.
- 9 Справочник потребителя. URL : <http://www.costinfo.ru> (дата обращения 02.12.2014 г.).
- 10 Коммерсант.ru URL : www.kommersant.ru (дата обращения 02.12.2014 г.).
- 11 Справочно-правовая система Гарант Плюс. URL : www.garant.ru (дата обращения 02.12.2014 г.).
- 12 Энциклопедия маркетинга. URL : <http://www.marketing.spb.ru> (дата обращения 02.12.2014 г.).

Паклина Людмила Александровна

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Методические указания
к проведению практических занятий
для студентов очной формы обучения
направления 080200.62 «Менеджмент» направленности (профиля)
образовательной программы «Маркетинг»

Редактор Е.А. Могутова

Подписано в печать	Формат 60x84 1/16	Бумага 65 г/м ²
Печать цифровая	Усл. печ.л. 1,0	Уч.-изд. л. 1,0
Заказ	Тираж 25	Не для продажи

РИЦ Курганского государственного университета.
640669, г. Курган, ул. Гоголя, 25.
Курганский государственный университет.