

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ушвицкий Лев Исакович
Должность: и.о. директора Института экономики и управления
Дата подписания: 18.06.2026 08:58:41
Уникальный программный ключ:
46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726331d25a8

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор института
экономики и управления
доктор экономических наук,
профессор
Ушвицкий Л.И.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«Ценообразование в маркетинге»

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Маркетинг и рыночная аналитика
Год начала обучения	2026
Форма обучения	Очно-заочная
Реализуется в семестре	7

Введение

1. Назначение: Фонд оценочных средств по дисциплине «Ценообразование в маркетинге» предназначен для контроля достижения обучающимися требуемых компетенций посредством оценивания полученных ими результатов обучения, соответствующих индикаторам достижения компетенций образовательной программы высшего образования «Маркетинг и рыночная аналитика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

2. ФОС является приложением к рабочей программе дисциплины «Ценообразование в маркетинге».

3. Разработчик: Пономарева Е.А., доцент кафедры менеджмента

4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

Председатель:

Куш Е.Н. - председатель УМК института экономики и управления.

Члены комиссии:

Пучкова Е. Е. - член УМК института экономики и управления, и.о. замдиректора по учебной работе;

Воронцова Г.В. - член УМК института экономики и управления, доцент кафедры менеджмента.

Представитель организации-работодателя: Директор ООО «Орфей» Кривко Владимир Иванович

Экспертное заключение: фонд оценочных средств по дисциплине «Ценообразование в маркетинге» рекомендуется для оценки результатов обучения и уровня сформированности компетенций у обучающихся образовательной программы высшего образования «Маркетинг и рыночная аналитика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

«19 » мая 2026 г.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция(ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенции(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: ПК-2 – Способен принимать организационно-управленческие решения по управлению бизнес-процессами в маркетинге</i>				
Результаты обучения по дисциплине: Применяя знания о методах и принципах ценообразования, способен анализировать ценообразующие факторы, производить расчеты цен разными методами и принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства, выстраивая эффективную ценовую политику организации <i>Индикатор: ИД-2. ПК-2.</i>	Частичные навыки применения знаний методов и принципов ценообразования, не способен проводить анализ факторов ценообразования, не применяет методы расчета цены	Общие, но не структурированные знания о методах и принципах ценообразования, способен анализировать ценообразующие факторы, на минимальном уровне производить расчеты цен разными методами и принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства, выстраивая эффективную ценовую политику организации	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания методов и принципов ценообразования, способен на среднем уровне анализировать ценообразующие факторы, производить расчеты цен разными методами и принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства, выстраивая эффективную ценовую политику организации	Применяет знания о методах и принципах ценообразования, способен самостоятельно проводить анализ ценообразующих факторов, производить расчеты цен разными методами и принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства, выстраивая эффективную ценовую политику организации
<i>Компетенция: ПК-3 – Способен осуществлять информационно-аналитическую деятельность по разработке маркетинговой стратегии и принимать участие в ее реализации</i>				
Результаты обучения по дисциплине: Основываясь на	Фрагментарно применяет знания	В целом успешное, но не системное владение	Применяет знания основных методов	Применяет знания основных методов ценообразования на предприятиях

знаниях методов ценообразования на предприятиях различных отраслей экономики, способен осуществлять информационно-аналитическую деятельность по разработке ценовой стратегии предприятия с учетом специфики его деятельности и структуры рынка <i>Индикатор: ИД-2. ПК-3.</i>	методов ценообразования на предприятиях различных отраслей экономики, не способен осуществлять информационно-аналитическую деятельность по разработке ценовой стратегии предприятия с учетом специфики его деятельности и структуры рынка	навыками применения методов ценообразования на предприятиях различных отраслей экономики, способен на минимальном уровне осуществлять информационно-аналитическую деятельность по разработке ценовой стратегии предприятия с учетом специфики его деятельности и структуры рынка	ценообразования на предприятиях различных отраслей экономики, способен на среднем уровне осуществлять информационно-аналитическую деятельность по разработке ценовой стратегии предприятия с учетом специфики его деятельности и структуры рынка	различных отраслей экономики, способен самостоятельно осуществлять информационно-аналитическую деятельность по разработке ценовой стратегии предприятия с учетом специфики его деятельности и структуры рынка
--	--	---	---	--

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
1.	b, d	К внутренним факторам, оказывающим влияние на величину цены, относятся: а) государственное регулирование экономики б) издержки с) спрос и предложение д) цели организации и маркетинга	ПК-2
2.	а Решение: $PE = \frac{\text{Изменение продаж в \%}}{\text{Изменение цены в \%}}$ $\varepsilon_P^D = \frac{-10}{2} = -5$	Чему равен коэффициент эластичности спроса, если при увеличении цены на 2% спрос упал на 10%? а) – 5; б) - 0,2; с) 5	ПК-2
3.	Решение: В этом случае наценка (коэффициент рентабельности) составит: $R = 200\,000 / 700\,000 = 0,2857$.	Если прибыль составляет 200 тыс. руб., а себестоимость – 700 тыс. руб., то коэффициент рентабельности составляет ____	ПК-2
4.	Ценообразование	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. _____ – это процесс формирования цен на товары и услуги.	ПК-2
5.	b, c, e	Выберите стратегии, которые выделяют по уровню цен на новые товары: а) «стабильных цен» б) «снятия сливок» с) «цены проникновения» д) «ценовых линий» е) «среднерыночных цен» ф) «дифференциации цен на взаимосвязанные товары»	ПК-3
6.	а	Если объем увеличивается или уменьшается на 20 %, то общие постоянные издержки ... а) остаются неизменными	ПК-3

		b) увеличиваются или уменьшаются на 20%	
7.	b	Методы государственного регулирования можно подразделить на: а) ценовые и неценовые b) прямые и косвенные	ПК-3
8.	c	Имеются следующие данные: себестоимость — 6 000 р., ставка НДС — 10%, оптовая цена предприятия — 7 920 р., оптовая надбавка — 10%, торговая надбавка — 20%. Определите розничную цену изделия при условии, что товар поступает в розничную торговую сеть через оптовую базу. а) 10454,4 р. b) 8712 р. c) 11499,84 р.	ПК-3
9.	Свободная цена = $4\,000 + (4\,000 * 0,2) = 4\,800$ ден. ед.	Себестоимость единицы товара 4 000 ден.ед. Планируемая рентабельность – 20% к себестоимости. Тогда свободная отпускная цена изготовителя равна _____ ден. ед.	ПК-3
10.	Маржинальный доход	Впишите пропущенные слова в нужном падеже. _____ — это выручка минус переменные издержки.	ПК-3
11.		Цена как экономическая категория.	ПК-2
12.		Задачи ценообразования	ПК-2
13.		Затратный и рыночный механизмы ценообразования	ПК-2
14.		Государственное воздействие на рыночное равновесие.	ПК-2
15.		Понятие системы цен.	ПК-2
16.		Уровень, структура и динамика цен.	ПК-2
17.		Факторы, определяющие уровень и динамику цен.	ПК-2
18.		Ценообразование на различных типах рынках.	ПК-2
19.		Суть ценообразования в условиях инфляции.	ПК-2

		Корректировка цен товара упреждающим методом ценообразования.	
20.		Основные этапы установления первоначальной (исходной) цены.	ПК-2
21.		Классификация существующих методик ценообразования, их иерархия.	ПК-2
22.		Общая характеристика ценообразования на основе затрат. Состав и структура затрат, учитываемых в цене.	ПК-2
23.		Общая характеристика методов ценообразования, ориентированных на качество и потребительские свойства.	ПК-2
24.		Суть методики установления цены на основе ощущаемой ценности товара.	ПК-2
25.		Суть метода Ван Вестендорпа для установления цены. Использование тестирования потребителей для определения цен.	ПК-2
26.		Суть и назначение ценовой дифференциации и дискриминации. Условия применения дискриминационного ценообразования и форма его проявления.	ПК-2
27.		Виды скидок и надбавок, используемых в ценовой политике фирмы, их суть и назначение.	ПК-2
28.		Понятие мировой цены. Основные виды мировых цен.	ПК-2
29.		Функции цены.	ПК-3
30.		Исходные предпосылки для определения цен. Определение рыночной цены А. Маршаллом.	ПК-3
31.		Теория трудовой стоимости, ее применение в современной экономике.	ПК-3
32.		Теории предельной полезности. Отличие механизмов рыночного равновесия по А. Маршаллу и Л. Вальрасу.	ПК-3
33.		Виды цен и их классификация.	ПК-3
34.		Порядок формирования отпускных цен предприятиями-изготовителями продукции (работ, услуг).	ПК-3
35.		Формирование себестоимости как основного элемента цены.	ПК-3
36.		Обоснование сумм прибыли, включаемых в цены. Налоги, сборы, включаемые в отпускную цену.	ПК-3

37.		Определение целей ценовой политики. Определение спроса. Анализ предложения и цен конкурентов.	ПК-3
38.		Понятие скользящей цены, формула ее расчета. Различия упреждающего и скользящего ценообразования.	ПК-3
39.		Понятие и система ценовых методов. Расчетные методы.	ПК-3
40.		Затратные методы. Параметрические методы.	ПК-3
41.		Метод с учетом потребительского эффекта. Методы максимизации продаж с учетом эластичности спроса.	ПК-3
42.		Суть методики ценообразования «издержки +...». Условия применения методики ценообразования «прямые переменные затраты + прибыль».	ПК-3
43.		Суть методики ценообразования «с обеспечением получения целевой прибыли». Специфика агрегатного метода ценообразования.	ПК-3
44.		Суть нормативно-параметрического метода ценообразования	ПК-3
45.		Балловый метод определения цены продукции или услуг: сущность, достоинства и недостатки.	ПК-3
46.		Эластичный и неэластичный спрос по ценам. Перекрестная эластичность для товаров - субститутов и комплиментарных товаров.	ПК-3
47.		Ценовая политика фирмы. Ценовые стратегии и условия их выбора.	ПК-3
48.		Модификации цен, планируемых в рамках общей ценовой стратегии предприятия.	ПК-3
49.		Ценовая дискриминация. Ступенчатое снижение цен по предлагаемому ассортименту товаров.	ПК-3
50.		Цены международных контрактов. Принципы формирования внешнеторговых цен.	ПК-3
51.		Определить свободную розничную цену домашнего холодильника, который от предприятия – изготовителя продукции поступает в торговую сеть через посредника (оптово сбытовую организацию) при следующих данных: 1) свободная оптовая (отпускная) цена холодильника – 12	ПК-2

		000 руб., в том числе налог на добавленную стоимость (НДС) – 2000 руб.; 2) оптово сбытовая наценка к свободной (отпускной) цене без НДС – 15 %; 3) налог на добавленную стоимость (НДС) предприятия – изготовителя продукции и посредника (оптово сбытовой организации) – 16,67 %; 4) торговая наценка (надбавка) к цене закупки холодильника с НДС – 30 %.	
52.		Что выгоднее предприятию: приобретать комплектующие изделия по цене 560 руб. за штуку или организовать их собственное производство на временно свободных производственных мощностях. Затраты при собственном производстве комплектующих: - Прямые затраты на материал – 310 руб. - Прямые затраты на рабочую силу – 115 руб. - Переменные накладные расходы -40 руб. - Постоянные накладные расходы – 145руб.	ПК-3

2. Описание шкалы оценивания

Результаты обучения по дисциплине «Ценообразование в маркетинге», соотнесенные с индикаторами достижения компетенции ПК-2, ПК-3, оцениваются по пятибалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в Федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами при ответе на практикоориентированные вопросы, принимает правильные управленческие решения, владеет навыками и приемами решения практических задач, выполняет тестовые задания на 100 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции ПК-2, ПК-3 достигнуты на высоком уровне.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами ответов на них, правильно применяет теоретические положения при решении практических задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, выполняет тестовые задания на 70 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции ПК-2, ПК-3 достигнуты на хорошем уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответе на вопросы и при выполнении практических заданий и решении кейс-задач, выполняет тестовые задания на 50 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции ПК-2, ПК-3 достигнуты на базовом уровне.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на вопросы, допускает существенные ошибки при решении заданий практического уровня, выполняет тестовые задания на 49 процентов и ниже. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции ПК-2, ПК-3 не достигнуты.