

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович
Должность: ректор ФГБОУ ВР «Саратовский аграрный университет»
Дата подписания: 14.09.2024 08:31:32
Уникальный программный ключ:
528682d78e671e566ab07f01fe2a2137e735342



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

УТВЕРЖДАЮ

И.о. заведующего кафедрой

Ю. И. Шиханова / Шиханова Ю.А./
«27» августа 2019 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Дисциплина	ЦЕНОВЫЕ СТРАТЕГИИ В АПК
Направление подготовки	38.03.01 Экономика
Направленность (профиль)	Экономика предприятий и организаций агропромышленного комплекса
Квалификация выпускника	Бакалавр
Нормативный срок обучения	4 года
Форма обучения	Очно-заочная
Кафедра-разработчик	Экономика агропромышленного комплекса
Ведущий преподаватель	Доцент Потоцкая Л.Н.

Разработчик(и): доцент, Потоцкая Л.Н.

(подпись)

Саратов 2019

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	5
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.....	11
4	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы их формирования	28

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

В результате изучения дисциплины «Ценовые стратегии в АПК» обучающиеся, в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12.11.2015 г. № 1327, формируют компетенции, представленные в таблице 1.

Таблица 1

Формирование компетенций в процессе изучения дисциплины «Ценовые стратегии в АПК»

Компетенция		Структурные элементы компетенции (в результате освоения дисциплины обучающийся должен знать, уметь, владеть)	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-1	Способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	знает: основной понятийный аппарат, характеризующий содержание процесса формирования ценовых стратегий в АПК и особенности их применения	4	лекции, практические занятия	доклад, тестовые задания, типовый расчет, кейс-задания
		умеет: собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по реализации ценовых стратегий в АПК			
		владеет:			

		основными положениями и методами реализации ценовых стратегий в АПК при решении социальных и профессиональных задач, способностью к обобщению, анализу, адекватному восприятию экономической информации			
ПК-2	способностью на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитывать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов	знает: формы, приемы и методы интерпретации экономических и социально-экономических данных по разработке и реализации ценовых стратегий в АПК умеет: производить расчеты экономических и социально-экономических показателей на основе данных по формированию ценовых стратегий в агропромышленном комплексе владеет: навыками обоснования применения и реализации ценовых	4	лекции, практические занятия	доклад, тестовые задания, типовый расчет, кейс-задания

		стратегий в агропромышленном комплексе			
--	--	--	--	--	--

Примечание:

Профиль подготовки «Экономика предприятий и организаций агропромышленного комплекса»

Компетенция ПК-1 – также формируется в ходе освоения дисциплин: Математический анализ, Линейная алгебра, Микроэкономика, Финансы, Экология, Введение в специальность, Экономика и технология производства продукции растениеводства, Экономика и технология производства продукции животноводства, Ценообразование в АПК, Экономическая оценка технического обеспечения предприятия АПК, Экономическая оценка применения ресурсосберегающих технологий в АПК, Анализ микроэкономических показателей предприятий АПК, Анализ статистической отчетности предприятия АПК, Экономика агропродовольственных рынков Коммерческая деятельность в АПК, Государственное экономическое регулирование АПК, Экономическое регулирование рисками предприятия АПК, Экономика недвижимости и в ходе прохождения производственной практики: научно-исследовательская работа, практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, технологической практики, преддипломной практики, подготовки и защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

Компетенция ПК-2 – также формируется в ходе освоения дисциплин: Корпоративные финансы, Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях АПК, Организация инновационной деятельности на предприятиях АПК, Финансовая деятельность предприятия АПК, Ценообразование в АПК, Государственное экономическое регулирование АПК, Экономическое регулирование рисками предприятия АПК, Внешнеэкономическая деятельность предприятия АПК и в ходе прохождения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, технологической практики, преддипломной практики, подготовки и защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

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	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
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 качеств личности, а также их соответствие определенным нормам путем анализа способов выполнения обучающимися ряда специальных заданий	банк тестовых 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	Общетеоретические положения: предмет и задачи курса.	ПК-1	Письменный опрос, доклад
2	Модели рыночного ценообразования.	ПК-1, ПК-2	Доклад
3	Учет факторов ценообразования в АПК.	ПК-1, ПК-2	Письменный опрос
4	Ценовые стратегии в АПК.	ПК-1, ПК-2	Тестовые задания
5	Методы формирования ценовых стратегий.	ПК-1	Кейс, доклад
6	Алгоритм разработки ценовой стратегии.	ПК-1, ПК-2	Письменный опрос
7	Организационные решения при реализации ценовых стратегий.	ПК-1, ПК-2	Типовой расчет, доклад
8	Этапы реализации ценовых стратегий.	ПК-1	Доклад
9	Особенности ценовых стратегий с учетом внешних ограничений	ПК-1, ПК-2	Письменный опрос, доклад

Таблица 4

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

Код компетенции и, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	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-1, 4 семестр	знает: основной понятийный аппарат, характеризующий содержание процесса формирования ценовых стратегий в АПК и особенности их применения	обучающийся не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале, не знает основной понятийный аппарат, характеризующий содержание ценовых	обучающийся демонстрирует знания только основного материала, но не знает деталей, допускает неточности в формулировках, нарушает логическую последовательность	обучающийся демонстрирует знание материала, не допускает существенных неточностей	обучающийся демонстрирует знание материала, знает основной понятийный аппарат, характеризующий содержание ценовых стратегий в АПК, методы

		стратегий в АПК, методы формирования, особенности их применения, не знает практику применения материала, допускает существенные ошибки	ность в изложении программного материала		и 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
	умеет: собрать и собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по реализации ценовых стратегий в АПК	не умеет собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по разработке и реализации ценовых стратегий в АПК, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство заданий, предусмотренных программой дисциплины, не выполнено	в целом успешное, но не системное умение собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по разработке и реализации ценовых стратегий в АПК	в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы, умение собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по разработке и реализации ценовых стратегий в АПК	сформированное умение собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по разработке и реализации ценовых стратегий в АПК
	владеет	обучающийся	в целом	в целом	успешное и

	навыками: основными положениями и методами реализации ценовых стратегий в АПК при решении социальных и профессиональных задач, способностью к обобщению, анализу, адекватному восприятию экономической информации	не владеет методами разработки ценовых стратегий в АПК допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство предусмотренных программой дисциплины не выполнено	успешное, но не системное владение методами и методологией разработки ценовых стратегий в АПК	успешное, но содержащее отдельные пробелы или сопровождающееся отдельными ошибками владение методами и методологией разработки и реализации ценовых стратегий в АПК	системное владение методами и методологией разработки и реализации ценовых стратегий в АПК
ПК-2, 4 семестр	знает: формы, приемы и методы интерпретации и экономических и социально-экономических данных по разработке и реализации ценовых стратегий в АПК	обучающийся не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале, не знает основной понятийный аппарат, характеризующий методологию и методы разработки и реализации ценовых стратегий в АПК, 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 методологию и методы разработки и реализации ценовых стратегий 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
	умеет: производить расчеты экономических и социально-экономических показателей на основе данных по формированию ценовых стратегий в агропромышленном комплексе	не умеет собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по разработке и реализации ценовых стратегий в АПК, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство заданий, предусмотренных программой дисциплины, не выполнено	в целом успешное, но не системное умение собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по разработке и реализации ценовых стратегий в АПК	в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы, умение собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по разработке и реализации ценовых стратегий в АПК	сформированное умение собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по разработке и реализации ценовых стратегий в АПК
	владеет навыками обоснования применения и реализации ценовых стратегий в агропромышленном комплексе	обучающийся не владеет методологией и методами разработки ценовых стратегий в АПК допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу,	в целом успешное, но не системное владение методологией и методами разработки и реализации ценовых стратегий в АПК	в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы или сопровождающееся отдельными ошибками владение методологией и методами разработки и реализации ценовых	успешное и системное владение методологией и методами разработки и реализации ценовых стратегий в АПК

		большинство предусмотренных программой дисциплины не выполнено		стратегий в АПК	
--	--	--	--	-----------------	--

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 при изучении дисциплины «Ценовые стратегии в АПК»

№ п/п	Темы докладов
1.	Характеристика основных концепций стратегического ценообразования в АПК.
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 ценовых стратегий

№ п/п	Темы докладов
1.	Характеристика основных концепций стратегического ценообразования в АПК.
6.	Порядок установления исходной ценовой стратегии.
7.	Формирование ценовых стратегий в России в переходный период.
8.	Ценовые стратегии и система налогообложения.
9.	Характеристика методов формирования ценовых стратегий.
10.	Государственное регулирование цен.
11.	Ценовая политика предприятия.
12.	Ценовые стратегии: их виды и классификация.
13.	Скидки за особые условия продаж как инструмент ценовой стратегии.
14.	Ценовые стратегии в АПК и инфляция.
15.	Ценовые стратегии в сферах естественных монополий.
16.	Ценовые стратегии в малом бизнесе.
17.	Проблемы формирования и реализации ценовых стратегий в сельском хозяйстве.
18.	Ценовые стратегии и система страхования.
19.	Формирование ценовых стратегий при реализации потребительских товаров и услуг.
20.	Индекс потребительских цен.
21.	Формирование ценовых стратегий при свободных розничных ценах

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: Методы формирования ценовых стратегий **Кейс № 1.**

1. Чем отличаются методы формирования ценовых стратегий?
2. От каких факторов зависит и как определяется общая ценность товара для покупателей?
3. В чем заключаются преимущества и недостатки существующих ценовых стратегий?

Материалы для обсуждения

Ценовая стратегия - это выбор направления действий в области ценообразования для обеспечения достижения поставленных целей.

Фирма устанавливает исходную цену, а затем корректирует ее с учетом различных факторов, действующих в окружающей среде.

Существуют следующие подходы к проблеме ценообразования: установление цен на новый товар, ценообразование в рамках товарной

номенклатуры, установление цен по географическому принципу, установление цен со скидками и зачетами, установление цен для стимулирования сбыта и установление дискриминационных цен.

Схематично алгоритм разработки ценовой стратегии показан на рисунке 1.

При определении ценовой политики основополагающим фактором являются цели ценообразования. Цели могут быть различными, например:

- обеспечение выживаемости на рынке;
- максимизация текущей прибыли;
- завоевание лидерства по качеству;
- завоевание лидерства по доле рынка;
- поддержание существующего положения на рынке.



Рисунок 1 – Разработка ценовой стратегии предприятия

Можно выделить этапы разработки ценовой стратегии:

- Определение возможного спроса на данный вид продукции;
- Определение показателей эластичности спроса;
- Определение уровня совокупных издержек, установление наиболее выгодной для производителя цены;
- Определение уровня цены и ее структуры по сравнению с товарами-аналогами, возможной реакции конкурентов и корректировка цены;
- Определение верхней и нижней границы цен, возможностей изменения цены в зависимости от фазы жизненного цикла;
- Определение соотношения цен на модификации товара, добавляются цены на дополняющие товары и аксессуары;
- Разработка тактики цен, скидок, распродаж.

Любая цена, назначенная фирмой, так или иначе, скажется на уровне спроса на товар. Различают понятия объем спроса и спрос.

Изменение рыночной цены товара вызывает обратное изменение объема спроса. Если товар становится дешевле потребитель, при прочих равных условиях может купить большее количество товара, не ограничивая объем потребления других товаров. $P^{\wedge} > Q_d^{\vee}$, данная зависимость является объективным экономическим законом спроса.

Закон спроса выражает обратную зависимость между ценой (P) и объемом спроса (Q_d)

$$P^{\wedge} > Q_d^{\vee} \text{ или } P^{\vee} > Q_d^{\wedge}$$

Логически доказать существование обратной зависимости между ценой и количеством товара, которое готовы приобрести потребители по данной цене, можно, используя два эффекта: эффект замещения и эффект дохода.

Эффект замещения состоит в следующем: если на товар А цена понизилась (P_{av}), то потребитель будет больше покупать этого товара, заменяя им другие товары аналогичного назначения, т.е. спрос на него увеличится ($Q_d^{\wedge}$) за счет вытеснения из структуры потребления других товаров

Эффект дохода проявляется несколько иначе: при снижении, например цены товара А, покупательная способность потребителя возрастает, он при неизменных общих расходах сможет купить больше товара А, не изменяя количества других приобретаемых товаров, т.е. создается эффект повышения дохода

При повышении цены на товар А аналогичные рассуждения приведут к выводу о неизбежном сокращении спроса на него.

Обратную зависимость между спросом и ценой следует рассматривать при условии неизменности других факторов, влияющих на спрос.

Графически различные случаи соотношения цены и объема спроса рисунок 2.

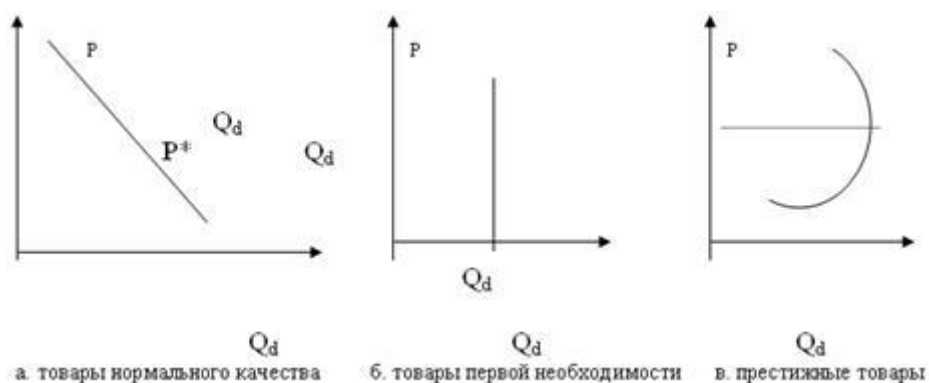


Рисунок 2 – Соотношение цены и объема спроса

График а отражает типичную зависимость между ценой и объемом спроса, которая существует на рынках большинства товаров.

График б показывает, что количество покупаемых товаров первой необходимости определяется потребностью в них, а не ценой.

График в характеризует более сложную зависимость между спросом и ценой: при повышении цены до P^* спрос растет, но достижение предельной цены P^* и ее дальнейшее повышение приведет к падению спроса.

Спрос зависит от цен на другие товары, связанные с данным товаром. Существует два вида взаимосвязи товаров: взаимозаменяемые (субституты) и взаимодополняемые (комплементарные) товары.

$$P_c^v > Q_d^v$$

$$P_{kv} > Q_d^v$$

Изменение доходов потребителей оказывает неодинаковое влияние на спрос на различные группы товаров:

товары неограниченного спроса: изменение доходов потребителей вызывает аналогичное изменение спроса на эти товары

$$Y^v > Q_d^v$$

товары ограниченного спроса: при увеличении доходов потребительский спрос на данные товары увеличивается, но до определенного предела, затем становится стабильным

товары низшего качества: увеличение дохода вызывает незначительное увеличение спроса, после чего спрос начинает сокращаться

С учетом уровня спроса и других факторов определяется наиболее подходящий метод ценообразования:

1. Метод, ориентированный на затраты. Суть его: цена определяется как сумма издержек и определенного процента прибыли (от издержек). Здесь компания анализирует не столько рыночный спрос, его особенности, сколько - свои возможности и свои представления о приемлемом уровне доходности бизнеса.

2. Метод, ориентированный на безубыточность и получение целевой прибыли. Исходная установка - фирма хочет получить определенный объем прибыли. Исходя из этого, необходимо установить такую цену, чтобы при заданном объеме производства получить искомый объем прибыли.

3. Метод, ориентированный на восприятие потребителем ценности товара. Этот метод предполагает использование восприятия товара потребителем в контексте «ценность товара - затраты на товар».

4. Метод ценообразования на основе приспособления к изменениям спроса. В условиях ожидания роста спроса фирма может установить высокие цены. При прогнозировании снижения спроса можно перейти к более низким ценам.

5. Метод ценообразования на основе текущих рыночных цен. Этот метод предполагает ценовую «пассивность» продавца. Он оставляет себе роль «получателя» цены от рынка.

Компания, впервые выводящая товар на рынок, может выбрать одну из двух стратегий: «снятие сливок» или проникновение на рынок.

Стратегия «снятия сливок» заключается в установлении высокой первоначальной цены на новый товар для получения максимальной прибыли на всех сегментах рынка, готовых заплатить требуемую цену.

Стратегия проникновения на рынок. Здесь предполагается создание массового рынка с помощью низких цен. При этом конкуренты должны быть

объективно неготовыми к «ответному ходу» - введению более низких цен. Цена при этом не должна ассоциироваться с низким качеством товара.

Ценообразование в рамках сложившейся товарной номенклатуры.

Здесь фирма стремится разработать систему цен, которая обеспечивала бы получение максимальной прибыли по номенклатуре в целом. Цены ступенчато дифференцируются.

Установление цен на побочные продукты производства. Если побочные продукты не имеют производственной значимости, а их утилизация является достаточно затратной, то это отразится в цене основного товара. Производитель стремится найти рынок для этих побочных продуктов, он нередко готов согласиться на цену, которая только покрывает издержки по их хранению и доставке.

Анализ ценовой политики и разработка **ценовых стратегий** включает следующие виды исследований:

- оценка основных факторов, влияющих на ценообразование;
- анализ эластичности спроса по цене в различных рыночных сегментах;
- анализ внешних факторов влияния на цену.

Итак, подводя итоги, можно констатировать следующее:

1. Ценовая стратегия представляет собой выбор направления действий в области ценообразования для обеспечения достижения поставленных целей.

2. Ценовая стратегия - это важный элемент конкурентной борьбы предприятия. Эффективная ценовая стратегия позволит предприятию повысить свою конкурентоспособность и наоборот.

3. Ценовая стратегия должна быть взаимосвязана с общей стратегией предприятия и стратегией конкурентной борьбы.

4. Важная составляющая ценовой стратегии - политика ценообразования. Ценовая политика представляет собой процесс управления ценами и ценообразованием, т.е. установление уровня цен и возможных вариантов их изменения в зависимости от периода. При определении ценовой политики основополагающим фактором являются цели ценообразования, которые устанавливаются в рамках стратегии ценообразования.

5. При реализации ценовой стратегии необходимо определить подходящий метод ценообразования, максимально способствующий реализации поставленных стратегических целей. Различают следующие виды методов ценообразования: методы, ориентированные на 1) затраты; 2) безубыточность и получение целевой прибыли; 3) восприятие потребителем ценности товара; методы, основанные на: 4) приспособление к изменениям спроса, 5) текущих рыночных ценах.

6. При разработке стратегии ценообразования необходимо учитывать уровень текущего спроса, тип конкурентного рынка и факторы, влияющие на решение потребителя о покупке. Для учета всех упомянутых аспектов необходимы маркетинговые исследования.

Разбор ситуации

Приведенная выше информация позволяет рассчитать показатели формирования ценовой стратегии.

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. Эксперты компании «Арс» определили показатели прибыли в зависимости от ситуации на рынке своей продукции, в млн. руб. (см. табл.).

Прибыль в зависимости от ситуации на рынке:

Ассортимент	Ситуация 1	Ситуация 2	Ситуация 3
тракторы	48	67	52
комбайны	89	24	46
сеялки	72	49	76

Задания:

1. Определить, какую стратегию и почему следует избрать, если эксперты и маркетологи уверены, что спрос на продукцию компании будет возрастать, а его структура останется неизменной.

2. Определить, какую стратегию считать оптимальной, если существует риск (эксперты считают возможность реализации ситуации 1 – 40%; ситуации 2 – 35%; ситуации 3 – 25%).

3. Назовите стратегию, которую можно предложить компании, если условия реализации товаров будут неблагоприятными.

2. На рынке некоторого товара действуют 14 фирм.

Доля фирмы 1 составляет 15%, фирмы 2 – 10%, фирм 3, 4, 5, 6 – по 8%, фирм 7, 8, 9, 10, 11 – по 6%, фирм – 12, 13 – по 5%, фирмы 14 – 3%.

Рассчитать индекс Херфиндаля-Хиршмана для этих 14 фирм.

Если фирмы 2 и 3 решат объединиться, должны ли государственные органы позволить им объединиться? Слияние разрешается, если индекс не превышает 1900.

3. Рассчитать емкость рынка некоего товара по следующим данным: численность потребителей в сегменте – 857 тыс. чел.; уровень потребления на душу населения в базисном году составил 80 ед. в год; поправка на

эластичность спроса составляет сокращение в 2 ед. на 1% роста цен (по прогнозу в текущем году цены вырастут на 3%).

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 «Ценовые стратегии 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: Организационные решения при реализации ценовых стратегий

Вариант 1.

Задание 1. Определить емкость рынка изделий и целесообразность создания предприятия по их производству в данном регионе.

Исходные данные:

1. Численность потребителей в регионе = 1200 тыс. чел.
2. Норма душевого потребления = 3,5 шт./чел. в год.
3. Мощность местных предприятий = 1200 тыс. шт.
4. Ввоз аналогичных товаров в год = 2000 тыс. шт.
5. Вывоз продукции из региона = 500 тыс. шт.

Решение:

Создавая новое предприятие или расширяя действующее, предприниматель должен знать, найдет ли сбыт его продукция в регионе, в котором предполагается реализовывать данную продукцию. Чтобы выяснить это, необходимо рассчитать емкость рынка и определить наличие дефицита данного товара. Величина дефицита является ориентиром для определения вновь создаваемой мощности. Если дефицит отсутствует и рынок насыщен данной продукцией, создавать новые мощности нецелесообразно.

Емкость рынка (Е) определяется как произведение нормы душевого потребления (N) на численность потребителей в данном регионе (Ч):

$$E = N \cdot Ч = 3,5 \cdot 1200 = 4200 \text{ тыс. шт.}$$

Дефицит товара (Д) определяется по следующей формуле:

$$Д = E - МП - Вв + Выв,$$

где Е – емкость рынка, тыс. шт.,

МП – местное производство данной продукции на действующих в регионе предприятиях, тыс. шт.,

Вв – ввоз данной продукции в регион в год, тыс. шт.,

Выв – вывоз ввоз данной продукции в регион в год, тыс. шт.

$$Д = 4200 - 1200 - 2000 + 500 = 1500 \text{ тыс. шт.}$$

Вывод: в данном регионе имеет место дефицит данной продукции, целесообразно создание нового производства; мощность этого производства не должна превышать 1500 тыс. шт.

Задание 2. ОАО "Хлебул" реализует свою продукцию в городе, состоящем из 2-х районов: северного (С) и южного (Ю). Для каждого района известны следующие данные:

- а) число покупателей: $L_c = 70$ тыс.чел.; $L_y = 50$ тыс.чел.

б) средняя величина покупок батонов, приходящаяся на 1 покупателя в год (J),руб.: $J_c = 2500$ шт.; $J_y = 1200$ шт.

в) выигрыши или потеря доли рынка в результате конкуренции производителей товара ($\pm d$): $d_c = -0.1$; $d_y = +0.15$.

г) издержки по сегментации рынка в каждом районе (C): $C_c = 0,5$ млн.руб.; $C_y = 1,2$ млн.руб.

Определите район, в котором фирме выгоднее всего реализовать всю партию батонов? Какова будет величина объема чистых продаж?

Решение:

Определим чистый объем продаж (TR_i) в каждом из районов по формуле: $TR_i = L_i * J_i * (1 \pm d) - C$.

Расчеты дают следующие результаты: $TR_c = 70 \text{ тыс.чел.} * 2500 \text{ руб.} * (1 - 0,1) - 500 \text{ тыс.руб.} = 157 \text{ млн.руб.}$

$TR_y = 50 \text{ тыс.руб.} * 1200 \text{ руб.} * (1 + 0,15) - 1200 \text{ тыс.руб.} = 67,8 \text{ млн.руб.}$

Вывод: Следовательно, продукция будет реализована с максимальной выгодой в северном районе. Чистый объем продаж составит 157 млн.руб.

3.5. Тестовые задания

По дисциплине «Ценовые стратегии 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: Ценовые стратегии в АПК

Вариант 1 из 5 вариантов.

Вопрос 1. Статьи калькуляции расчётной базы цены, относящиеся к прямым расходам:

- коммерческие расходы
- общехозяйственные расходы
- сырьё и материалы
- топливо и энергия на технологические цели

Вопрос 2. Стратегия низких цен используется ...

- для прорыва на рынок
- для товаров, выпускаемых в небольших объемах
- при больших финансовых затратах
- при масштабном выпуске продукции

Вопрос 3. Стратегия средних цен может быть представлена стратегией

... • «снятия сливок»

- дифференцированных цен
- проникновения на рынок
- следования за лидером

Вопрос 4. Стратегия, при которой установление цен на более низком уровне, чем по мнению большинства покупателей заслуживает товар с данной экономической ценностью называется стратегией:

- премиального ценообразования
- скидок
- скорейшего возврата средств
- ценового прорыва

Вопрос 5. Таможенная пошлина – это ...

- косвенный налог
- нет верного ответа
- прямой налог
- ценовое вознаграждение таможенного органа за его услуги

Вопрос 6. Тарифы как цены на услуги могут быть ...

- макроэкономическими
- маржинальными
- оптовыми
- розничными

Вопрос 7. Тендер позволяет приобрести товар по ...

- максимальной цене
- минимальной цене
- средней арифметической
- цене, максимально отражающей качество товара

Вопрос 8. Увеличить прибыль за счет установления высоких цен возможно ...

- в условиях совершенной конкуренции
- на олигопольном рынке
- при выпуске продукции, не имеющей аналогов
- при эластичном спросе

Вопрос 9. Ценовая стратегия, которую рекомендуется применять при неоднородности покупателей и возможности продажи одного и того же товара по нескольким ценам:

- дискриминации цен
- дифференциации цен
- конкурентного ценообразования
- нет верного ответа

Вопрос 10. Ценовые стратегии разрабатываются ...

- при изменении цены своего товара конкурентом
- при несоответствии цены на товар спросу
- при соответствии спроса и предложения
- при установлении цены на новый товар
- с целью стабилизации рынка

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 факторы формирования ценовых стратегий.
4. Субъекты и объекты стратегического ценообразования.
5. Рынок как условие формирования эффективной ценовой стратегии.
6. Цели фирмы и их отражение в политике ценообразования.
7. Затратный подход к формированию ценовой стратегии и порождаемые им проблемы.
8. Ценностной подход к формированию ценовой стратегии, ошибки в его использовании.
9. Экономическая ценность товара; процедура ее определения.
10. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен.
11. Ценовая стратегия и ее основные особенности.
12. Классификация ценовых стратегий в АПК.
13. Виды ценовых стратегий в зависимости от экономического оборота.
14. Сферы применения различных ценовых стратегий. Механизм их взаимодействия.
15. Характеристика основных видов ценовых стратегий.
16. Франкирование цен. Дифференциация цен в зависимости от транспортных расходов на внутреннем рынке.
17. Элементы ценовой стратегии. Структура основных видов ценовых стратегий..

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Назовите основные теории формирования ценовых стратегий. В чем их принципиальные различия?
2. Сформулируйте определение экономической сущности ценовых стратегий в различных теориях ценообразования.
3. Какие экономические законы определяют порядок формирования ценовых стратегий на рынке?
4. Дайте характеристику функциям, которые выполняют ценовые стратегии в рыночной экономике.
5. Дайте понятие верхнего и нижнего пределов цены.
6. Дайте определение системы цен.
7. В чем состоит взаимосвязь ценовых стратегий?
8. Назовите основные виды ценовых стратегий 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 стратегий. Себестоимость.
2. Идентификация затрат, существенных для формирования ценовых стратегий..
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 при формировании ценовых стратегий.
7. Факторы выбора конкурентной стратегии.
8. Процесс формирования ценовой стратегии.
9. Соотношение «цена-качество» в ценах.
10. Оценка спроса для целей разработки ценовой стратегии.
11. Косвенные налоги (НДС, акциз) в структуре цены. Взаимосвязь налогов и цен при разработке ценовой стратегии.
12. Формирование розничной цены на импортные товары с учетом налогов.
13. Снабженческо-сбытовые и торговые надбавки (скидки) как элементы формирования ценовой стратегии.
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 ценовых стратегий 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. Объясните, из чего состоит рыночный механизм и каково его воздействие на формирование ценовой стратегии?
8. Дайте определение конкуренции. Каким образом конкуренция влияет на формирование ценовой стратегии?
9. Назовите объективные и субъективные факторы, оказывающие влияние на формирование ценовой стратегии.
10. Назовите ценовые факторы, которыми предприятие может управлять. Какие ценовые факторы не поддаются управлению со стороны предприятия?

11. Назовите факторы, повышающие уровень цены. Какие факторы оказывают обратное воздействие?
12. Какой тип ценовой стратегии присущ фирме на рынке совершенной конкуренции?
13. 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. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен.
4. Интернациональные издержки производства и интернациональная стоимость.
5. Влияние соотношения спроса и предложения в международной торговле на формирование ценовой стратегии.
6. Монополистический фактор международного ценообразования.
7. Множественность цен мирового рынка и ее связь с этапами формирования ценовой стратегии.
8. Виды цен мирового рынка.
9. Методы установления цен в контрактах при формировании ценовой стратегии.
10. Расчетные ценовые показатели при формировании ценовой стратегии в АПК.
11. Источники информации о разработке и реализации ценовой стратегии в АПК.
12. Национальная и интернациональная стоимость товара.
13. Характер взаимосвязи мировых цен, контрактных и внутренних цен на экспортируемые и импортируемые товары при разработке ценовой стратегии.
14. Проверка обоснованности контрактных цен таможенными органами при разработке ценовой стратегии.
15. Взаимосвязь контрактных цен, таможенных платежей и таможенной стоимости при разработке ценовой стратегии.
16. Проведение контроля таможенной стоимости при проверке обоснованности контрактной цены при разработке ценовой стратегии.

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 факторы формирования ценовых стратегий.
4. Субъекты и объекты стратегического ценообразования.
5. Рынок как условие формирования эффективной ценовой стратегии.
6. Цели фирмы и их отражение в политике ценообразования.
7. Затратный подход к формированию ценовой стратегии и порождаемые им проблемы.
8. Ценностной подход к формированию ценовой стратегии, ошибки в его использовании.
9. Экономическая ценность товара; процедура ее определения.
10. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен.
11. Ценовая стратегия и ее основные особенности.
12. Классификация ценовых стратегий в АПК.
13. Виды ценовых стратегий в зависимости от экономического оборота.
14. Сферы применения различных ценовых стратегий. Механизм их взаимодействия.
15. Характеристика основных видов ценовых стратегий.
16. Франкирование цен. Дифференциация цен в зависимости от транспортных расходов на внутреннем рынке.
17. Элементы ценовой стратегии. Структура основных видов ценовых стратегий.
18. Назовите основные теории формирования ценовых стратегий. В чем их принципиальные различия?
19. Сформулируйте определение экономической сущности ценовых стратегий в различных теориях ценообразования.

20. Какие экономические законы определяют порядок формирования ценовых стратегий на рынке?
21. Дайте характеристику функциям, которые выполняют ценовые стратегии в рыночной экономике.
22. Дайте понятие верхнего и нижнего пределов цены.
23. Дайте определение системы цен.
24. В чем состоит взаимосвязь ценовых стратегий?
25. Назовите основные виды ценовых стратегий в зависимости от отраслей и сфер обслуживания экономики и дайте им характеристику.
26. Роль затрат в обосновании ценовых стратегий. Себестоимость.
27. Идентификация затрат, существенных для формирования ценовых стратегий..
28. Калькулирование затрат по методу полной себестоимости.
29. Калькулирование затрат по методу сокращенной себестоимости.
30. Калькулирование затрат по методу нормативной себестоимости.
31. Прибыль и показатели рентабельности. Взаимосвязь различных показателей рентабельности при формировании ценовых стратегий.
32. Факторы выбора конкурентной стратегии.
33. Процесс формирования ценовой стратегии.
34. Соотношение «цена-качество» в ценах.
35. Оценка спроса для целей разработки ценовой стратегии.
36. Косвенные налоги (НДС, акциз) в структуре цены. Взаимосвязь налогов и цен при разработке ценовой стратегии.
37. Формирование розничной цены на импортные товары с учетом налогов.
38. Снабженческо-сбытовые и торговые надбавки (скидки) как элементы формирования ценовой стратегии.
39. Объективная необходимость государственного регулирования цен в условиях рыночной экономики.
40. Методы прямого и косвенного регулирования цен.
41. Национальные условия производства и реализации товаров.
42. Экономическая природа ценовых стратегий внутреннего рынка.
43. Назовите и охарактеризуйте основные факторы производства и виды дохода, которые они создают.
44. Опишите систему факторов, обуславливающих взаимосвязь и взаимозависимость цен.
45. Что влияет на спрос на товары и услуги в рыночной экономике?
46. Что влияет на предложение конкретного товара или услуги?
47. Как взаимодействие спроса и предложения определяет цены?
48. Как изменения спроса и предложения влияют на изменение цен?
49. Объясните, из чего состоит рыночный механизм и каково его воздействие
50. на формирование ценовой стратегии?

51. Дайте определение конкуренции. Каким образом конкуренция влияет на формирование ценовой стратегии?
52. Назовите объективные и субъективные факторы, оказывающие влияние на формирование ценовой стратегии.
53. Назовите ценовые факторы, которыми предприятие может управлять. Какие ценовые факторы не поддаются управлению со стороны предприятия?
54. Назовите факторы, повышающие уровень цены. Какие факторы оказывают обратное воздействие?
55. Какой тип ценовой стратегии присущ фирме на рынке совершенной конкуренции?
56. Ценовая дискриминация: ее сущность, цели и методы. Монопольные цены: определение и характерные признаки.
57. Понятие мировой цены и ее экономическая природа.
58. Доступность информации по мировым ценам.
59. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен.
60. Интернациональные издержки производства и интернациональная стоимость.
61. Влияние соотношения спроса и предложения в международной торговле на формирование ценовой стратегии.
62. Монополистический фактор международного ценообразования.
63. Множественность цен мирового рынка и ее связь с этапами формирования ценовой стратегии.
64. Виды цен мирового рынка.
65. Методы установления цен в контрактах при формировании ценовой стратегии.
66. Расчетные ценовые показатели при формировании ценовой стратегии в АПК.
67. Источники информации о разработке и реализации ценовой стратегии в АПК.
68. Национальная и интернациональная стоимость товара.
69. Характер взаимосвязи мировых цен, контрактных и внутренних цен на экспортируемые и импортируемые товары при разработке ценовой стратегии.
70. Проверка обоснованности контрактных цен таможенными органами при разработке ценовой стратегии.
71. Взаимосвязь контрактных цен, таможенных платежей и таможенной стоимости при разработке ценовой стратегии.
72. Проведение контроля таможенной стоимости при проверке обоснованности контрактной цены при разработке ценовой стратегии.
73. Какие предположения относительно реакции конкурентов на изменение цен какой-нибудь одной фирмы лежат в основе ломаной кривой спроса?

74. Как ломаная кривая спроса помогает объяснить негибкость олигополистических цен?
75. Почему мог бы состояться тайный сговор относительно цены в олигополистических отраслях? Определите экономическую желательность обусловленного тайным сговором ценообразования.
76. 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?
77. Объясните, как лидерство в ценах могло бы развиваться и осуществляться в олигополистической отрасли.
78. Является ли ценообразование по принципу «издержки плюс» совместимым с тайным сговором?

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 «Ценовые стратегии 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,

Уровень освоения компетенции	Отметка по пятибалльной системе (промежуточная аттестация)	Описание
		предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, обучающийся проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании материала
базовый	зачтено	Обучающийся обнаружил полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе
пороговый	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 формирования ценовых стратегий в АПК и особенности их применения, формы, приемы и методы интерпретации экономических и социально-экономических данных по разработке и реализации ценовых стратегий в АПК.

умения: собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов по реализации ценовых стратегий в АПК, производить расчеты экономических и социально-экономических показателей на основе данных по формированию ценовых стратегий в агропромышленном комплексе.

владения навыками: основными положениями и методами реализации ценовых стратегий в АПК при решении социальных и профессиональных задач, способностью к обобщению, анализу, адекватному восприятию экономической информации, навыками обоснования применения и реализации ценовых стратегий в агропромышленном комплексе

Критерии оценки

зачтено	обучающийся демонстрирует: – знание материала, знает основной понятийный аппарат, характеризующий содержание процесса формирования ценовых стратегий в АПК; методы ценовых стратегий 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 при разработке и реализации ценовой стратегии в АПК; использовать методы формирования ценовых стратегий, используя современные методы и показатели стратегического ценообразования; – успешное и системное владение методологией и методами ценовых стратегий в агропромышленном комплексе
зачтено	обучающийся демонстрирует: – знание материала, не допускает существенных неточностей; – в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы, умение собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов разработке и реализации ценовых стратегий; использовать методы формирования ценовых стратегий в АПК, используя современные методы и показатели; – в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы или сопровождающееся отдельными ошибками владение навыками разработки и реализации ценовых стратегий в агропромышленном комплексе
зачтено	обучающийся демонстрирует: – 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 разработке и реализации ценовых стратегий в АПК; использовать методы ценовых стратегий в агропромышленном комплексе; – в целом успешное, но не системное владение навыками стратегического ценообразования в АПК.
не зачтено	обучающийся: – не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале, не знает основной понятийный аппарат, характеризующий содержание процесса

	формирования ценовых стратегий в АПК; методы ценовых стратегий, особенности их применения, не знает практику применения материала, допускает существенные ошибки; - не умеет собрать и проанализировать исходные данные для проведения расчетов разработке и реализации ценовых стратегий в АПК; использовать методы ценовых стратегий, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство заданий, предусмотренных программой дисциплины, не выполнено; - обучающийся не владеет навыками разработки и реализации ценовых стратегий в АПК, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство предусмотренных программой дисциплины не выполнено
--	---

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	обучающийся демонстрирует: - 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	обучающийся демонстрирует: - 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	обучающийся демонстрирует: - неполное знание материала (в материале представлена одна точка зрения, отсутствует самостоятельность суждений) - не отвечает на вопросы аудитории при презентации доклада
не зачтено	обучающийся:

4.2.3. Критерии оценки выполнения кейс-заданий

При выполнении кейс-заданий обучающийся демонстрирует:

знания: основной понятийный аппарат, формы, приемы и методы интерпретации экономических и социально-экономических данных по разработке и реализации ценовых стратегий в агропромышленном комплексе.

умения: собрать и проанализировать исходные данные, производить расчеты экономических и социально-экономических показателей по формированию и реализации ценовых стратегий в агропромышленном комплексе.

владения навыками: обоснования применения основных экономических показателей по разработке и реализации ценовых стратегий в АПК при решении социальных и профессиональных задач.

Критерии оценки выполнения кейс-заданий

зачтено	обучающийся демонстрирует: – если решение обучающегося имеет признаки практикоориентированности; – выводы достаточно аргументированы и подтверждены верными расчетами; – предложены варианты решения поставленной задачи.
зачтено	обучающийся демонстрирует: – решение обучающегося имеет признаки практикоориентированности; – приведены верные выводы, имеется аргументация выводов, но она носит неполный характер.
зачтено	обучающийся демонстрирует: – приведены недостаточно полные выводы, аргументация не полностью соответствует условиям задания; – расчеты являются частично неверными.
не зачтено	обучающийся: – 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: основной понятийный аппарат, формы, приемы и методы интерпретации экономических и социально-экономических данных по разработке и реализации ценовых стратегий в агропромышленном комплексе.

умения: собрать и проанализировать исходные данные, производить расчеты экономических и социально-экономических показателей по формированию и реализации ценовых стратегий в агропромышленном комплексе.

владения навыками: обоснования применения основных экономических показателей по разработке и реализации ценовых стратегий в АПК при решении социальных и профессиональных задач

Критерии оценки выполнения типовых расчетов

зачтено	обучающийся демонстрирует: - 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: - 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: - 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: - 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: - 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: - 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: - 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 предъявленных тестовых заданий
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)