

Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования
«Московский финансово-юридический университет МФЮА»
Информация о владельце:
ФИО: Забелин Алексей Григорьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.08.2023 16:07:54
Уникальный программный ключ:
672b4d4e1ca30b0f66ad5b6309d064a94afcfdbc652d927620ac07f8fdabb79
Рассмотрено и одобрено на заседании
учебно-методического совета

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе



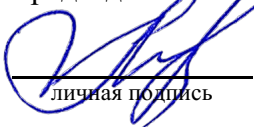
Н.О. Минькова

личная подпись инициалы, фамилия

« 13 » марта 2023 г.

Протокол № 5 от 13.03.2023

Председатель совета



Н.О. Минькова

личная подпись

инициалы, фамилия

канд. экон. наук Погорелова Марина Яковлевна

(уч. звание, степень, ФИО авторов программы)

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Ценообразование на рынке рекламных услуг

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование без кавычек)

ОПОП: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

(наименование)

Форма освоения ОПОП: очная, очно-заочная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: 3 (з.е.)

Всего учебных часов: 108 (ак. час.)

Формы промежуточной аттестации	СЕМЕСТР		
	очная	очно-заочная	заочная
Зачет	6	6	6

Москва 2023 г.

Год начала подготовки студентов - 2023

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины	обучение современным теоретическим вопросам ценообразования и его методологии; раскрыть проблемы современной практики формирования и применения цен как основных показателей макро- и микроэкономики; научить работе с внутренними, контрактными и мировыми ценами с позиций производителя и потребителя, продавца и покупателя.
Задачи дисциплины	расширение теоретико-методологических познаний и практических навыков в области ценообразования; развитие экономического мышления и комплексного подхода к процессу формирования и использования цен; необходимость изучения цены как основного измерителя экономических процессов; освоение методов и способов контроля за процессом ценообразования, уровнем, структурой и динамикой цен.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок 1 «Дисциплины (модули)»	
Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при изучении данной дисциплины	История рекламы Основы маркетинга Экономика Экономика рекламного дела
Дисциплины, практики, ГИА, для которых изучение данной дисциплины необходимо как предшествующее	Правовое регулирование рекламной деятельности

3. Требования к результатам освоения дисциплины

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.
Степень сформированности компетенций**

Индикатор	Название	Планируемые результаты обучения	ФОС
УК1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач			
УК-1.1	Знает методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа	Знает методику поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа в ценообразовании на рынке рекламных услуг	Тест
УК-1.2	Применяет методики поиска, сбора и обработки информации; осуществляет критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применяет системный подход для решения поставленных задач	Умеет: применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач в ценообразовании на рынке рекламных услуг	Деловая игра

УК-1.3	Владеет методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; методикой системного подхода для решения поставленных задач	Владеет навыками: поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; применения методики системного подхода для решения поставленных задач в ценообразовании на рынке рекламных услуг	Деловая игра
ПК4 Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами			
ПК-4.1	Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает приемы реализации типовых алгоритмов ценообразования проектов и кампаний в сфере рекламы	Тест
ПК-4.2	Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Умеет готовить основные документы по ценообразованию проектов в сфере рекламы	Деловая игра
ПК-4.3	Использует результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	Владеет навыками использования результатов исследований ценообразования для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	Деловая игра

4. Структура и содержание дисциплины

Тематический план дисциплины

№	Название темы	Содержание	Литература	Индикаторы
1.	Цена как экономическая категория. Система ценообразующих факторов	Действующие теории цены и их характеристика. Место и роль цены в рыночном хозяйстве. Факторы, влияющие на цены. Экономические функции цены: пять основных функций цены: учетная, распределительная, стимулирующая, функция сбалансирования спроса и предложения, функция цены, как критерия рационального размещения производства. Методология ценообразования, ее содержание и составные элементы: принцип научной обоснованности цен, принцип целевой направленности цен, принцип непрерывности процесса ценообразования, принцип единства ценообразования и контроля за соблюдением цен.	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	УК-1.1 ПК-4.1 УК-1.2 УК-1.3 ПК-4.2 ПК-4.3
2.	Классификация цен и их система	Виды цен в зависимости от товарного обращения. Виды цен в зависимости от территории действия. Виды цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов. Виды цен в зависимости от степени воздействия на них государства. Виды цен в зависимости от степени новизны товара. Система цен: понятие и структура.	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	УК-1.1 ПК-4.1 УК-1.2 УК-1.3 ПК-4.2 ПК-4.3

3.	Специфика, экономический смысл особенностей ценообразования на рынке рекламных услуг	Цена и спрос, их взаимодействие. Кривая спроса. Цена и предложение, их взаимодействие. Кривая предложения. Равновесная цена. Ценовая эластичность спроса и ее учет в ценообразовании. Государственное регулирование цен.	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	УК-1.1 ПК-4.1 УК-1.2 УК-1.3 ПК-4.2 ПК-4.3
4.	Издержки и прибыль, их роль в формировании цен на рынке рекламных услуг	Понятие и состав издержек. Валовые издержки, средние, предельные. Издержки и цена, их взаимосвязь. Цена и прибыль. Валовой доход. Средний доход. Предельный доход. Особенности формирования прибыли в условиях рынка.	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	УК-1.1 ПК-4.1 УК-1.2 УК-1.3 ПК-4.2 ПК-4.3
5.	Ценообразование и инфляция	Роль цен в инфляционных процессах. Основные причины инфляции. Инфляция спроса. Инфляция предложения. Стадия развития инфляции и динамика цен. Последствия инфляционного роста цен и их влияние на развитие экономики	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	УК-1.1 ПК-4.1 УК-1.2 УК-1.3 ПК-4.2 ПК-4.3
6.	Основы формирования рыночной цены на рынке рекламных услуг	Функция спроса. Функция спроса от цены и цена спроса. Закон спроса. Кажущиеся нарушения закона спроса. Индивидуальный и рыночный спрос. Понятие предложения фирмы. Функция предложения от цены и цена предложения. Понятие индивидуального и агрегированного предложения. Ситуация равновесия и равновесная цена. Различие между формированием и обнаружением цены.	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	УК-1.1 ПК-4.1 УК-1.2 УК-1.3 ПК-4.2 ПК-4.3
7.	Анализ финансовых последствий ценовых решений	Понятие предельной прибыли. Предельная прибыль на единицу продукции. Абсолютная и относительная величина предельной прибыли. Зависимость предельной прибыли и финансовой эффективности ценовых решений от структуры затрат на производство единицы продукции. Общий эффект от изменения цены. Понятие эффекта цены и эффекта объема. Этапы оценки финансовых последствий ценовых решений. Определение безубыточного изменения продаж. Анализ условий безубыточности изменения цены с учетом изменения переменных и постоянных затрат. Учет риска при анализе финансовых последствий ценовых решений. Алгоритм составления таблицы возможных финансовых последствий изменения цены и графика безубыточности. Понятие кривой безубыточности продаж и ее графическое построение. Взаимосвязь между анализом безубыточности и концепцией ценовой эластичности спроса	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	УК-1.1 ПК-4.1 УК-1.2 УК-1.3 ПК-4.2 ПК-4.3

8.	Учет конкуренции в ценообразовании на рынке рекламных услуг	<p>Особенности ценовой конкуренции в условиях различных рыночных структур. Отдельная фирма-ценополучатель как следствие отличительных характеристик чистой конкуренции.</p> <p>Несовершенная конкуренция и рыночная власть. Отдельная фирма-ценоискатель как следствие несовершенной конкуренции и рыночной власти.</p> <p>Последствия ценовой конкуренции. Ценовая конкуренция – игра с отрицательной суммой выигрыша. Ценовая война и хищническое ценообразование. Условия превращения ценовой конкуренции в игру с положительным исходом.</p> <p>Система управления конкуренцией в процессе принятия ценовых решений. Двухмерный маркетинговый план. Набор инструментов и правил по управлению конкуренцией. Выгоды от установления поддерживаемого уровня цен и четких критериев предоставления ценовых скидок.</p> <p>Управление информацией в процессе конкуренции. Оказание влияния на ожидания конкурента. Необходимость сбора и оценки информации о конкурентах. Выгодность раскрытия и поддержания собственной информации: причины и примеры.</p>	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	УК-1.1 ПК-4.1 УК-1.2 УК-1.3 ПК-4.2 ПК-4.3
9.	Формирование ценовой политики и стратегии	<p>Понятие ценовой политики и ценовой стратегии компании. Понятие тактики цен. Соотношение ценовой политики, стратегии и тактики. Влияние на ценовую политику целей фирмы, структуры рынка и этапа жизненного цикла товара.</p> <p>Базовые ценовые стратегии. Сущность и условия применения стратегии снятия сливок (высоких цен). Особенности стратегии ступенчатого снижения цен (последовательный проход по сегментам рынка). Сущность стратегии проникновения (низких цен) и условия, необходимые для ее успеха. Особенности стратегии нейтрального ценообразования.</p> <p>Дополнительные ценовые стратегии: стратегия следования за лидером, стратегия льготных цен, неизменных, неокругленных цен и ценовые линии.</p>	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	УК-1.1 ПК-4.1 УК-1.2 УК-1.3 ПК-4.2 ПК-4.3

10.	Государственное регулирование цен	Государственная политика цен. Основные направления государственной ценовой политики. Прямое (административное) вмешательство государства в действующие цены. Формы прямого вмешательства. Косвенное вмешательство государства в процесс ценообразования. Способы и средства косвенного регулирования. Влияние установления государственных фиксированных цен на рыночную ситуацию. Избыток и дефицит товара на рынке. Потоварные налоги. Воздействие на рыночное равновесие потоварного налога, уплачиваемого продавцами. Общественная выгода и чистые потери общества от введения налога. Воздействие на рыночное равновесие потоварной дотации, получаемой продавцами. Основные направления государственного регулирования цен в России.	9.1.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.2.2	УК-1.1 ПК-4.1 УК-1.2 УК-1.3 ПК-4.2 ПК-4.3
-----	-----------------------------------	--	---	--

Распределение бюджета времени по видам занятий с учетом формы обучения

Форма обучения: очная, 6 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	4	2	0	2	4
2.	4	2	0	2	4
3.	4	2	0	2	4
4.	4	2	0	2	4
5.	6	2	0	4	4
6.	6	4	0	2	4
7.	8	4	0	4	4
8.	8	4	0	4	4
9.	8	4	0	4	6
10.	6	4	0	2	6
	Промежуточная аттестация				
	2	0	0	0	4
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	60	30	0	28	48

Форма обучения: очно-заочная, 6 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	5	1	0	4	6
2.	5	1	0	4	6
3.	6	2	0	4	6
4.	6	2	0	4	6
5.	6	2	0	4	6

6.	6	2	0	4	4
7.	6	2	0	4	4
8.	4	2	0	2	4
9.	4	2	0	2	4
10.	4	2	0	2	4
	Промежуточная аттестация				
	2	0	0	0	4
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	54	18	0	34	54

Форма обучения: заочная, 6 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	1	1	0	0	8
2.	1	1	0	0	8
3.	2	1	0	1	8
4.	2	1	0	1	8
5.	2	1	0	1	8
6.	2	1	0	1	8
7.	1.5	0.5	0	1	8
8.	1.5	0.5	0	1	10
9.	1.5	0.5	0	1	10
10.	1.5	0.5	0	1	10
	Промежуточная аттестация				
	2	0	0	0	4
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	18	8	0	8	90

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе освоения дисциплины студенту необходимо посетить все виды занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины и выполнить контрольные задания, предлагаемые преподавателем для успешного освоения дисциплины. Также следует изучить рабочую программу дисциплины, в которой определены цели и задачи дисциплины, компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и планируемые результаты обучения. Рассмотреть содержание тем дисциплины; взаимосвязь тем лекций и практических занятий; бюджет времени по видам занятий; оценочные средства для текущей и промежуточной аттестации; критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины. Ознакомиться с методическими материалами, программно-информационным и материально техническим обеспечением дисциплины.

Работа на лекции

Лекционные занятия включают изложение, обсуждение и разъяснение основных направлений и вопросов изучаемой дисциплины, знание которых необходимо в ходе реализации всех остальных видов занятий и в самостоятельной работе студентов. На лекциях студенты получают самые необходимые знания по изучаемой проблеме. Непременным условием для глубокого и прочного усвоения учебного материала является умение студентов сосредоточенно слушать лекции, активно,

творчески воспринимать излагаемые сведения. Внимательное слушание лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, конспектирование их помогает усвоить материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями. Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только основную литературу, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Практические занятия

Подготовку к практическому занятию следует начинать с ознакомления с лекционным материалом, с изучения плана практических занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. Владение понятийным аппаратом изучаемого курса является необходимым, поэтому готовясь к практическим занятиям, студенту следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями и др. В ходе проведения практических занятий, материал, излагаемый на лекциях, закрепляется, расширяется и дополняется при подготовке сообщений, рефератов, выполнении тестовых работ. Степень освоения каждой темы определяется преподавателем в ходе обсуждения ответов студентов.

Самостоятельная работа

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Самостоятельная работа студентов играет важную роль в воспитании сознательного отношения самих студентов к овладению теоретическими и практическими знаниями, привитии им привычки к направленному интеллектуальному труду. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. Изучение литературы следует начинать с освоения соответствующих разделов дисциплины в учебниках, затем ознакомиться с монографиями или статьями по той тематике, которую изучает студент, и после этого – с брошюрами и статьями, содержащими материал, дающий углубленное представление о тех или иных аспектах рассматриваемой проблемы. Для расширения знаний по дисциплине студенту необходимо использовать Интернет-ресурсы и специализированные базы данных: проводить поиск в различных системах и использовать материалы сайтов, рекомендованных преподавателем на лекционных занятиях.

Подготовка к сессии

Основными ориентирами при подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине являются конспект лекций и перечень рекомендуемой литературы. При подготовке к сессии студенту следует так организовать учебную работу, чтобы перед первым днем начала сессии были сданы и защищены все практические работы. Основное в подготовке к сессии – это повторение всего материала курса, по которому необходимо пройти аттестацию. При подготовке к сессии следует весь объем работы распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнения работы.

6. Фонды оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и самоконтроля по итогам освоения дисциплины

Технология оценивания компетенций фондами оценочных средств:

- формирование критериев оценивания компетенций;
- ознакомление обучающихся в ЭИОС с критериями оценивания конкретных типов оценочных средств;
- оценивание компетенций студентов с помощью оценочных средств;
- публикация результатов освоения ОПОП в личном кабинете в ЭИОС обучающегося;

Тест для формирования «ПК-4.1»

Вопрос №1 .

Волатильность цен на рекламные услуги означает

Варианты ответов:

1. изменчивость цен
2. устойчивую корреляцию изменения цен
3. низкий уровень рисков коммерческих операций на рынке

Вопрос №2 .

Цена услуг на рекламном рынке зависит от цен на активы финансового рынка

Варианты ответов:

1. это правильное утверждение
2. это неправильное утверждение
3. это правильное утверждение только в том случае, если рекламируется финансовый инструмент

Вопрос №3 .

Рынок, на котором рекламное агентство предоставляет услугу может быть

Варианты ответов:

1. монопосонным
2. олигопольным
3. рынком Тобина

Вопрос №4 .

Эффективный рынок - это такой рынок, на котором

Варианты ответов:

1. доминирует монополист
2. хорошо отлажено регулирование рынка со стороны государства
3. новая информация, поступающая на рынок, мгновенно отражается на рыночных ценах

Вопрос №5 .

Закон предложения не действует на рынке рекламных услуг

Варианты ответов:

1. это правильное утверждение
2. это неправильное утверждение
3. такого закона нет

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

Деловая игра для формирования «ПК-4.2»

Студентам, присутствующим на занятии, предлагается произвольноделиться на две группы и принять участие в соревновании, победителем в котором будет та группа, которая в течении 20 - 30 минут разработает и затем изложит наиболее обоснованный прогноз событий на российском рынке рекламных услуг в следующем финансовом году .

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
--------	---------------------

Неудовлетворительно	Участник деловой игры продемонстрировал затруднения в понимании сути поставленной проблемы, отсутствие необходимых знаний и умений для решения проблемы, низкий уровень познавательной активности, затруднения в построении самостоятельных высказываний, в соотнесении теоретических положений с практикой; обучающийся практически не принимал участия в деловой игре
Удовлетворительно	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки обоснования путей решения проблемы без достаточного привлечения дополнительных источников, затруднения в логическом обосновании своих суждений при решении проблемы и оперировании специальными понятиями и терминами, в соотнесении теоретических положений с практикой, пассивное участие в деловой игре
Хорошо	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки формирования источниковой базы для обоснования путей решения проблемы, умение анализировать и обобщать материал, привлеченный для решения задания деловой игры, умение логично и самостоятельно обосновывать свои суждения при решении проблемы, но с незначительными неточностями или ошибками в излагаемом содержании; умение соотносить теоретические положения с практикой
Отлично	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки формирования источниковой базы для обоснования путей решения проблемы, умение анализировать и обобщать материал, привлеченный для решения задания деловой игры, умение логично и самостоятельно, используя специальные термины и понятия, обосновывать свои суждения при решении проблемы, умение соотносить теоретические положения с практикой; активное участие в деловой игре

Деловая игра для формирования «ПК-4.3»

Студентам, присутствующим на занятии, предлагается произвольно разделиться на две группы и принять участие в соревновании, победителем в котором будет та группа, которая в течении 20 - 30 минут разработает и затем изложит наиболее эффективную стратегию продаж рекламных услуг в РФ.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Участник деловой игры продемонстрировал затруднения в понимании сути поставленной проблемы, отсутствие необходимых знаний и умений для решения проблемы, низкий уровень познавательной активности, затруднения в построении самостоятельных высказываний, в соотнесении теоретических положений с практикой; обучающийся практически не принимал участия в деловой игре
Удовлетворительно	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки обоснования путей решения проблемы без достаточного привлечения дополнительных источников, затруднения в логическом обосновании своих суждений при решении проблемы и оперировании специальными понятиями и терминами, в соотнесении теоретических положений с практикой, пассивное участие в деловой игре

Хорошо	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки формирования источниковой базы для обоснования путей решения проблемы, умение анализировать и обобщать материал, привлеченный для решения задания деловой игры, умение логично и самостоятельно обосновывать свои суждения при решении проблемы, но с незначительными неточностями или ошибками в излагаемом содержании; умение соотносить теоретические положения с практикой
Отлично	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки формирования источниковой базы для обоснования путей решения проблемы, умение анализировать и обобщать материал, привлеченный для решения задания деловой игры, умение логично и самостоятельно, используя специальные термины и понятия, обосновывать свои суждения при решении проблемы, умение соотносить теоретические положения с практикой; активное участие в деловой игре

Тест для формирования «УК-1.1»

Вопрос №1 .

Территория действия цен это:

Варианты ответов:

1. Издержки по перевозке грузов и пассажиров. В зависимости от груза и местности будет расти или уменьшатся цена;
2. Это определённые географические зоны. Чем удалённая зона от места производства, тем больше расходы на транспортировку и соответственно выше цена;
3. Обращение объектов собственности с использованием возмездных договоров.

Вопрос №2 .

Виды цен от степени воздействия на государство (отметить неверный) -

Варианты ответов:

1. Свободные цены;
2. Регулируемые цены;
3. Фиксированные цены;
4. Сезонные цены.

Вопрос №3 .

Система цен - это:

Варианты ответов:

1. Цены, складывающиеся под влиянием спроса и предложения и устанавливаемые соответствующими государственными органами управления;
2. Единая, упорядоченная совокупность различных видов цен, обслуживающих и регулирующих экономические взаимоотношения участников рынка;
3. Цены, устанавливаемые на определенном уровне и формируемые на базе нормативного подхода, который, как правило, предполагает не только их блокирование, но и соответствующую фиксацию слагаемых цены.

Вопрос №4 .

Совершенная конкуренция - это:

Варианты ответов:

1. Тип рыночной структуры, которая характеризуется наличием на рынке множества (обычно больших) фирм, осуществляющих производство однородной продукции, относительно простым входом и выходом с рынка, а также высоким уровнем доступности информации о состоянии рынка всем его субъектам;
2. Такой тип структуры рынка, в котором существует только один продавец, контролирующей всю

отрасль производства определенного товара, не имеющего близкого заменителя;

3. Борьба между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов производства.

Вопрос №5 .

Рынок монополии - это:

Варианты ответов:

1. Тип рыночной структуры, которая характеризуется наличием на рынке множества (обычно больших) фирм, осуществляющих производство однородной продукции, относительно простым входом и выходом с рынка, а также высоким уровнем доступности информации о состоянии рынка всем его субъектам;
2. Такой тип структуры рынка, в котором существует только один продавец, контролирующей всю отрасль производства определенного товара, не имеющего близкого заменителя;
3. Борьба между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов производства.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

Деловая игра для формирования «УК-1.2»

Студенты в течение 20 минут должны:

- по собственному усмотрению объединиться в группы по 2 - 3 студента (если на занятии присутствует много студентов, то группы могут превышать 3 студентов);
- коллективно в своей группе сформулировать экономическое обоснование целесообразности покупки рекламной услуги.

А затем образованные таким образом группы студентов должны убедить преподавателя и всех присутствующих на занятии студентами в целесообразности покупки рекламной услуги, выступая в роли производителя или покупателя услуги.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Участник деловой игры продемонстрировал затруднения в понимании сути поставленной проблемы, отсутствие необходимых знаний и умений для решения проблемы, низкий уровень познавательной активности, затруднения в построении самостоятельных высказываний, в соотнесении теоретических положений с практикой; обучающийся практически не принимал участия в деловой игре
Удовлетворительно	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки обоснования путей решения проблемы без достаточного привлечения дополнительных источников, затруднения в логическом обосновании своих суждений при решении проблемы и оперировании специальными понятиями и терминами, в соотнесении теоретических положений с практикой, пассивное участие в деловой игре

Хорошо	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки формирования источниковой базы для обоснования путей решения проблемы, умение анализировать и обобщать материал, привлеченный для решения задания деловой игры, умение логично и самостоятельно обосновывать свои суждения при решении проблемы, но с незначительными неточностями или ошибками в излагаемом содержании; умение соотносить теоретические положения с практикой
Отлично	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки формирования источниковой базы для обоснования путей решения проблемы, умение анализировать и обобщать материал, привлеченный для решения задания деловой игры, умение логично и самостоятельно, используя специальные термины и понятия, обосновывать свои суждения при решении проблемы, умение соотносить теоретические положения с практикой; активное участие в деловой игре

Деловая игра для формирования «УК-1.3»

Студентам, присутствующим на занятии, предлагается произвольно разделиться на две группы и вступить в соревнование, победителем в котором будет та группа, которая в течение 20 - 30 минут предложит новые аргументы, обосновывающие целесообразность покупки рекламной услуги.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Участник деловой игры продемонстрировал затруднения в понимании сути поставленной проблемы, отсутствие необходимых знаний и умений для решения проблемы, низкий уровень познавательной активности, затруднения в построении самостоятельных высказываний, в соотнесении теоретических положений с практикой; обучающийся практически не принимал участия в деловой игре
Удовлетворительно	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки обоснования путей решения проблемы без достаточного привлечения дополнительных источников, затруднения в логическом обосновании своих суждений при решении проблемы и оперировании специальными понятиями и терминами, в соотнесении теоретических положений с практикой, пассивное участие в деловой игре
Хорошо	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки формирования источниковой базы для обоснования путей решения проблемы, умение анализировать и обобщать материал, привлеченный для решения задания деловой игры, умение логично и самостоятельно обосновывать свои суждения при решении проблемы, но с незначительными неточностями или ошибками в излагаемом содержании; умение соотносить теоретические положения с практикой
Отлично	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки формирования источниковой базы для обоснования путей решения проблемы, умение анализировать и обобщать материал, привлеченный для решения задания деловой игры, умение логично и самостоятельно, используя специальные термины и понятия, обосновывать свои суждения при решении проблемы, умение соотносить теоретические положения с практикой; активное участие в деловой игре

Вопросы для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Тема 1. Цена как экономическая категория. Система ценообразующих факторов

1. Сущность и функции цены.
2. Факторы, влияющие на цену.
3. Принципы ценообразования.
4. Методы ценообразования.

Тема 2. Классификация цен и их система

5. Виды цен в зависимости от товарного обращения.
6. Виды цен в зависимости от территории действия.
7. Виды цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов.
8. Виды цен в зависимости от степени воздействия на них государства.
9. Виды цен в зависимости от степени новизны товара.
10. Система цен и ее классификация.

Тема 3. Специфика, экономический смысл особенностей ценообразования на рынке рекламных услуг

11. Понятие цены и ценообразующих факторов.
12. Спрос. Закон спроса.
13. Взаимодействие спроса и цены.
14. Кривая спроса.
15. Предложение. Закон предложения.
16. Равновесная цена.

Тема 4. Издержки и прибыль, их роль в формировании цен на рынке рекламных услуг

17. Понятие издержки.
18. Состав издержек.
19. Взаимосвязь издержек и цен.
20. Взаимосвязь цены и прибыли.
21. Особенности формирования прибыли в условиях рынка.

Тема 5. Ценообразование и инфляция

22. Значение цен в инфляционных процессах.
23. Стадия развития инфляции и что такое динамика цен.
24. Последствия инфляционного роста цен.
25. Влияние цен на развитие экономики.

Тема 6. Основы формирования рыночной цены на рынке рекламных услуг

26. Отличие между изменением объема спроса и изменением функции спроса.
27. Цена спроса.
28. Цена предложения.
29. Равновесное состояние рынка.
30. Отличие между понятиями «формирование цены» и «обнаружение цены».

Тема 7. Анализ финансовых последствий ценовых решений

31. Понятие "предельная прибыль"; механизм расчета.
32. Способ оценки риска при принятии ценового решения.
33. Анализ кривой безубыточности продаж.
34. Взаимодействие кривой безубыточности продаж и линии спроса.

Тема 8. Учет конкуренции в ценообразовании на рынке рекламных услуг

35. Рыночная власть фирмы.
36. Основные типы рыночной структуры.
37. Совершенная конкуренция.
38. Монополистическая конкуренция.
39. В чем проявляется олигополия?
40. Чистая монополия.
41. Инструменты управления ценовой конкуренцией.

Тема 9. Формирование ценовой политики и стратегии

42. Понятие "политика ценообразования" и "стратегия ценообразования"
43. Виды ценовых стратегий в коммерческой практике.
44. Стратегия ценового прорыва.
45. Стратегия "снятия сливок".
46. Стратегия скорейшего возврата средств.

Тема 10. Государственное регулирование цен

47. Ценовая политика государства.
48. Прямое вмешательство государства в процесс ценообразования.
49. Косвенное регулирование цен.

Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/Незачтено
Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

7. Ресурсное обеспечение дисциплины

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	<ol style="list-style-type: none">1. Microsoft Windows (лицензионное программное обеспечение)2. Microsoft Office (лицензионное программное обеспечение)3. Google Chrome (свободно-распространяемое программное обеспечение)4. Браузер Спутник (свободно-распространяемое программное обеспечение отечественного производства)5. Kaspersky Endpoint Security (лицензионное программное обеспечение)6. «Антиплагиат.ВУЗ» (лицензионное программное обеспечение)
Современные профессиональные базы данных	<ol style="list-style-type: none">1. Консультант+ (лицензионное программное обеспечение отечественного производства)2. http://www.garant.ru (ресурсы открытого доступа)

Информационные справочные системы	<ol style="list-style-type: none"> 1. https://elibrary.ru - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 2. https://www.rsl.ru - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 3. https://link.springer.com - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 4. https://zbmath.org - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)
Интернет-ресурсы	<ol style="list-style-type: none"> 1. http://window.edu.ru - Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" 2. https://openedu.ru - «Национальная платформа открытого образования» (ресурсы открытого доступа) 3. finstat.ru 4. www.ckbib.ru
Материально-техническое обеспечение	<p>Учебные аудитории для проведения:</p> <p>занятий лекционного типа, обеспеченные наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.</p>

8. Учебно-методические материалы

№	Автор	Название	Издательство	Год издания	Вид издания	Кол-во в библиотеке	Адрес электронного ресурса	Вид доступа
1	2	3	4	5	6	7	8	9
9.1 Основная литература								
9.1.1	Габудина А.А. Шкилева А.А.	Ценообразование	Тюменский индустриальный университет	2019	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/101438.html	по логину и паролю
9.1.2	Гаранина М.П. Бабордина О.А.	Управление затратами и ценообразование	Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2018	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/90962.html	по логину и паролю
9.1.3	Чилингир Е.Ю.	Реклама и связи с общественностью: введение в профессию	Ай Пи Ар Медиа	2020	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/95336.html	по логину и паролю
9.2 Дополнительная литература								
9.2.1	Сабетова Т.В.	Реклама и рекламная деятельность	Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого	2016	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/72744.html	по логину и паролю
9.2.2	Забелина Е.А.	Ценообразование. Практикум	Республиканский институт профессионального образования (РИПО)	2016	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/67790.html	по логину и паролю

9. Особенности организации образовательной деятельности

для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В МФЮА созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в МФЮА созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в университете комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (<https://www.mfua.ru/sveden/objects/#objects>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой МФЮА по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться;
- педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;
- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются;
- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;
- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи

объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

Год начала подготовки студентов - 2023