

Задания для текущего контроля успеваемости

Коммерческое ценообразование

Текущий контроль состоит в тестировании знаний с обсуждением неверных ответов на семинарских занятиях, устного опроса из перечня вопросов для самоконтроля по всем темам курса.

Критерии оценки тестирования: все правильные ответы оцениваются на отлично, два неверных ответа – хорошо, три неверных ответа – удовлетворительно. Более трех неверных ответов – неудовлетворительно, тест необходимо пройти еще раз.

Тестирование по теме: **Виды цен и их классификация**

Вариант 1

1. Прямое вмешательство государства в действующие цены – это:
 - 1) экономическое регулирование цен
 - 2) административное регулирование цен
 - 3) косвенное регулирование цен
 - 4) регулирование государственных расходов
2. Регулирование цен (тарифов) на услуги в транспортных терминалах, портах, аэропортах осуществляется:
 - 1) Федеральной службой по тарифам
 - 2) Министерством экономического развития РФ
 - 3) Федеральной антимонопольной службой
 - 4) Правительством РФ
3. Трансфертная цена – это цена:
 - 1) реализации продукции от предприятия-изготовителя посреднику (сбытовой фирме)
 - 2) назначаемая государством
 - 3) применяемая внутри предприятия при реализации продукции между его подразделениями
 - 4) изменяемая при трансфертах от государства
4. Цена, устанавливаемая по соглашению сторон между заказчиком и подрядчиком:
 - 1) сметная стоимость
 - 2) договорная
 - 3) закупочная
 - 4) справочная
5. Продавцу в условиях инфляции более выгодна цена:
 - 1) твердая
 - 2) подвижная
 - 3) скользящая
 - 4) закупочная
6. Розничная цена товара: себестоимость 2500 руб.; рентабельность от себестоимости 15%; снабженческо-сбытовая надбавка 30%; торговая надбавка 20%; НДС 20%, составит:
 - 1) 5382 руб.
 - 2) 5400 руб.
 - 3) 5300 руб.
 - 4) 4890 руб.

Вариант 2

1. Представители маржиналистской теории утверждают, что:
 - 1) цена является денежным выражением стоимости, в основе которой лежат затраты труда
 - 2) ценность и цена товара определяются психологией конкретного потребителя
 - 3) издержки производства и предельная полезность являются равноправными факторами определения цены
 - 4) издержки производства являются основой определения цены
2. Регулирование цен в России осуществляется на:
 - 1) нефть
 - 2) электроэнергию
 - 3) все виды лекарств
 - 4) товары детского ассортимента
3. Цена товара, продаваемого крупными партиями:
 - 1) отпускная

- 2) оптовая
 - 3) закупочная
 - 4) трансфертная
4. По способу установления цен различают:
- 1) твердые, подвижные, скользящие
 - 2) единые, региональные
 - 3) свободные, регулируемые
 - 4) оптовые, розничные
5. Скользящая цена не учитывает:
- 1) изменение материальных затрат;
 - 2) изменение трудовых затрат;
 - 3) изменение материальных и трудовых затрат в стоимостном выражении;
 - 4) транспортные расходы.
6. Чему будет равна отпускная цена товара с НДС, если полная себестоимость единицы продукции – 1600 руб., плановая рентабельность 25%, ставка НДС 18%?
- 1) 2452 руб.
 - 2) 2456 руб.
 - 3) 4261 руб.
 - 4) 2360 руб.

Вариант 3

1. К косвенным методам государственного регулирования цен относят:
- 1) замораживание цен
 - 2) установление твердых тарифов
 - 3) установление фиксированных цен
 - 4) установление налогов и налоговых ставок
2. Цены, устанавливаемые соответствующими органами управления:
- 1) регулируемые
 - 2) свободные
 - 3) рыночные
 - 4) монопольные
3. Цены публичной продажи по максимально предложенному уровню:
- 1) розничные
 - 2) товарного аукциона
 - 3) биржевые котировки
 - 4) тендерные
5. Цены, устанавливаемые в торговых сделках на продукцию с длительным сроком изготовления:
- 1) твердые
 - 2) подвижные
 - 3) скользящие
 - 4) преysкyрантные
6. Покупателю в условиях инфляции более выгодна:
- 1) твердая цена
 - 2) подвижная цена;
 - 3) скользящая цена
 - 4) розничная цена
7. Как начисляются налоги на отпускную цену:
- 1) сначала акциз, потом НДС
 - 2) сначала НДС, потом акциз
 - 3) сначала прибыль, потом НДС
 - 4) очередность не имеет значения
8. Какую прибыль на единицу изделия получит организация-изготовитель, если отпускная цена с НДС товара – 520 руб., полная себестоимость единицы изделия 310 руб., ставка НДС 18%, ставка акциза 40%?
- 1) 99 руб. 2) 149 руб. 3) 113,56 руб. 4) 4,77 руб.

Вариант 4

1. Орган исполнительной власти по регулированию естественных монополий:
- 1) Правительство РФ
 - 2) Федеральная служба по тарифам РФ
 - 3) Министерство финансов РФ
 - 4) Федеральная антимонопольная служба

2. Цена, которая устанавливается в момент подписания договора и не меняется в течение всего срока поставки продукции:
 - 1) регулируемая
 - 2) твердая
 - 3) трансфертная
 - 4) окончательная
3. Предельный размер затрат на строительство каждого конкретного объекта:
 - 1) сметная стоимость
 - 2) контрактная цена
 - 3) подвижная цена
 - 4) преysкурантная цена
4. Цена «франко» зависит от:
 - 1) вида товара
 - 2) особенностей транспортировки товара
 - 3) спроса на товар
 - 4) конкуренции
5. Скользящая цена учитывает:
 - 1) изменение объема спроса
 - 2) изменение объема предложения
 - 3) изменение материальных и трудовых затрат в стоимостном выражении
 - 4) все вышеуказанное
6. Чему будет равна розничная цена, если себестоимость 200 руб., прибыль предприятия-изготовителя 20%. Оптовая надбавка 10% к свободной отпускной цене, торговая надбавка 20% к цене закупки:
 - 1) 320 руб.
 - 2) 316,8 руб.
 - 3) 300 руб.
 - 4) 412 руб.

Вариант 5

1. Данный принцип состоит в необходимости познания и изучения влияния на ценообразование объективных экономических законов:
 - 1) принцип сбалансированности
 - 2) принцип государственного регулирования
 - 3) принцип научности обоснования цен
 - 4) непрерывность процесса ценообразования
2. Регулирование цен Федеральной службой по тарифам осуществляется на:
 - 1) нефть
 - 2) грузовые железнодорожные перевозки
 - 3) лекарства
 - 4) драгоценные металлы
3. Цены, применяемые внутри фирмы при реализации продукции между подразделениями предприятия:
 - 1) трансфертные
 - 2) договорные
 - 3) расчетные
 - 4) тендерные
4. Цена, по которой товар реализуется конечному потребителю:
 - 1) отпускная
 - 2) окончательная
 - 3) розничная
 - 4) договорная
5. Цены, по которым реализуется сельскохозяйственная продукция:
 - 1) сезонные
 - 2) прогнозныe
 - 3) лимитные
 - 4) закупочные
6. Усредненная сметная стоимость единицы конечной продукции типового строительного объекта (за 1 кв.м жилой площади, 1 кв.м малярных работ и др.):
 - 1) справочная
 - 2) преysкурантная цена
 - 3) закупочная цена
 - 4) сметная стоимость
7. Розничная цена отличается от отпускной цены производителя на величину:
 - 1) посреднической и торговой надбавки
 - 2) косвенных налогов
 - 3) прибыли торговой компании
 - 4) налога на добавленную стоимость
8. Налоги, являющиеся структурными элементами цены:
 - 1) транспортный налог
 - 2) НДС, акциз
 - 3) земельный налог
 - 4) налог на прибыль.

Вариант 6

1. Установление цен на основе ценностного подхода характеризует применение организацией:
 - 1) активной политики ценообразования
 - 2) пассивной политики ценообразования
 - 3) нейтральной политики ценообразования
 - 4) социальной политики ценообразования
2. Регулирование цен Федеральной службой по тарифам осуществляется в отраслях:
 - 1) электрической и почтовой связи
 - 2) машиностроения
 - 3) строительства
 - 4) сельского хозяйства
3. Цена, устанавливаемая в ходе исполнения договора:
 - 1) подвижная
 - 2) скользящая
 - 3) цена с последующей фиксацией
 - 4) преysкурантная
4. Условная средняя стоимость товара, реализуемого в нескольких странах:
 - 1) импортная цена
 - 2) экспортная цена
 - 3) мировая цена
 - 4) региональная цена
5. К прямому регулированию цен не относится:
 - 1) фиксирование цен (тарифов)
 - 2) установление предельных цен (тарифов) или торговых надбавок (скидок)
 - 3) установление предельных нормативов рентабельности для определения суммы прибыли, подлежащей включению в регулируемую цену
 - 4) определение налогов и сборов, включаемых в цену
6. Какова будет отпускная цена с НДС организации-изготовителя, если полная себестоимость единицы изделия – 960 руб., плановая рентабельность 20%, ставка акциза 40%, ставка НДС 18%?
 - 1) 1613 руб.
 - 2) 1903 руб.
 - 3) 2265, 5 руб.
 - 4) нет верного ответа

**Тест по курсу (проводится в конце семестра) для итогового контроля
Вариант 1**

1. Цена – это:
 - А) общественно-необходимые затраты труда;
 - Б) количество денег, необходимое для приобретения товаров;
 - В) денежная стоимость товара.
2. Скользящая цена учитывает:
 - А) изменение объема спроса;
 - Б) изменение объема предложения;
 - В) изменение материальных, и трудовых затрат в стоимостном выражении.
3. Постоянно действующие основные положения, характерные для всей системы цен:
 - А) функции цен;
 - Б) принципы ценообразования;
 - В) государственное регулирование цен.
4. Цена товара, продаваемого крупными партиями:
 - А) отпускная;
 - Б) оптовая;
 - В) закупочная.
5. Виды постоянных затрат, которые остаются неизменными лишь в определенном диапазоне колебаний объемов выпуска:
 - А) предотвратимые;
 - Б) условно-постоянные;
 - В) невозвратные.
6. Установление цен на уровне более низком, чем, по мнению большинства покупателей, заслуживает товар с данной экономической ценностью:

- А) стратегия премиального ценообразования;
 - Б) стратегия нейтрального ценообразования;
 - В) стратегия ценового прорыва.
7. Цена лучшего из доступных покупателю альтернативных товаров:
- А) экономическая ценность товара;
 - Б) цена безразличия;
 - В) оптимальная цена.
8. Основная задача тактических скидок:
- А) создать дополнительные стимулы для покупателя к совершению покупки;
 - Б) приблизить цену товара к тому уровню, который устраивает покупателя;
 - В) снизить экономическую ценность товара для покупателя.
9. Изменение выигрыша фирмы от продажи прежнего объема продукции за счет изменения цены на нее:
- А) эффект цены;
 - Б) эффект объема;
 - В) безубыточное изменение числа продаж.
10. **Задача.** Определить розничную свободную цену на сахар исходя из следующих данных:
себестоимость сахара 1 кг = 2500 руб.;
рентабельность от себестоимости = 15 %;
снабженческо-сбытовая надбавка = 30 %;
торговая надбавка = 25 %;
НДС = 20 %.

Вариант 2

1. Скользящая цена – это:
- А) цена, достигшая прежнего уровня после ее понижения или повышения;
 - Б) цена, учитывающая инфляцию издержек;
 - В) цена, исчисленная в момент исполнения контракта путем пересмотра базисной цены с учетом изменений в издержках производства в период исполнения контракта.
2. Трансфертная цена – это:
- А) цена реализации продукции от предприятия-изготовителя посреднику (сбытовой фирме);
 - Б) цена на продукт, назначаемая государством;
 - В) Цена, применяемая внутри предприятия при реализации продукции между его подразделениями.
3. Тарифы на услуги подразделяются на:
- А) транспортные, бытовые, коммунальные;
 - Б) жилищно-коммунальные, автомобильные, железнодорожные;
 - В) услуги по пошиву одежды, парикмахерские, химчистки.
4. Цены, устанавливаемые производителями продукции на основе спроса и предложения:
- А) предельные;
 - Б) свободные;
 - В) фиксированные.
5. Изменение выигрыша фирмы за счет прироста или сокращения объемов реализации при изменении цен на ее продукцию:
- А) эффект цены;
 - Б) эффект объема;
 - В) безубыточное изменение числа продаж.
6. К регулируемым ценам в РФ относят:
- А) твердые;
 - Б) трансфертные;
 - В) фиксированные.

7. Для какого вида товаров целесообразно использование параметрических ценовых методов?
- А) взаимозаменяемых;
 - Б) взаимоисключаемых;
 - В) аналогичных.
8. Установление цен на уровне более высоком, чем, по мнению большинства покупателей, должен стоить товар с данной экономической ценностью и получение выгоды от высокой прибыльности продаж в узком сегменте рынка:
- А) стратегия премиального ценообразования;
 - Б) стратегия нейтрального ценообразования;
 - В) стратегия ценового прорыва.
9. Экономический источник тактических скидок:
- А) прибыль;
 - Б) накладные расходы;
 - В) издержки производства.
10. **Задача.** Определить оптовую цену 1 т молока для производства творога, оптовую цену 1 т творога, разницу между оптовой ценой молока для молочной промышленности и закупочной ценой. Известно: розничная цена 1 т творога равна 950 руб., расходы по производству и доставке готовой продукции – 100 руб., рентабельность производства составляет 12 % себестоимости творога, стоимость используемых отходов – 20 руб., торговая скидка – 8 % розничной цены, расход молока на 1 т творога – 6 т, закупочная цена 1 т молока – 360 руб.

Вариант 3

1. По способу установления цен различают:
- А) твердые, подвижные скользящие;
 - Б) единые, региональные;
 - В) свободные, регулируемые.
2. Цена, применяемая в договорах на нестандартное оборудование:
- А) расчетная;
 - Б) справочная;
 - В) прейскурантная.
3. Цены, применяемые внутри фирмы при реализации продукции между подразделениями предприятия:
- А) трансфертные;
 - Б) договорные;
 - В) расчетные.
4. Прямое вмешательство государства в действующие цены – это:
- А) экономическое регулирование цен;
 - Б) административное регулирование цен;
 - В) регулирование государственных расходов.
5. Установление цен на уровне более высоком, чем, по мнению большинства покупателей, должен стоить товар с данной экономической ценностью и получение выгоды от высокой прибыльности продаж в узком сегменте рынка:
- А) стратегия премиального ценообразования;
 - Б) стратегия нейтрального ценообразования;
 - В) стратегия ценового прорыва.
6. Цена лучшего из доступных покупателю альтернативных товаров плюс ценность для него тех свойств данного товара, которые отличают его от этой лучшей альтернативы:
- А) экономическая ценность товара;
 - Б) цена безразличия;
 - В) оптимальная цена.

7. К методам затратного ценообразования относятся:
- А) метод удельного ценообразования;
 - Б) агрегатный метод;
 - В) калькулирование по полным затратам.
8. Какой из приведенных вариантов оповещает о скидках за объем продаж:
- А) с каждого 25-го покупателя кроссовок мы не берем денег;
 - Б) ежедневно с 9 до 12 у нас скидка 5%;
 - В) при покупке трех авторучек, четвертая – в подарок.
9. Минимальное изменение числа продаж, которое необходимо, чтобы изменение цен не привело к падению относительного выигрыша фирмы по сравнению с исходным уровнем:
- А) эффект цены;
 - Б) эффект объема;
 - В) безубыточное изменение числа продаж.
10. **Задача.** Определить оптовую цену 1 т молока для производства творога, оптовую цену 1 т творога, разницу между оптовой ценой молока для молочной промышленности и закупочной ценой. Известно: розничная цена 1 т творога равна 950 руб., расходы по производству и доставке готовой продукции – 100 руб., рентабельность производства составляет 12 % себестоимости творога, стоимость используемых отходов – 20 руб., торговая скидка – 8 % розничной цены, расход молока на 1 т творога – 6 т, закупочная цена 1 т молока – 360 руб.

Вариант 4

1. Функции цен как целостная система:
- А) стимулирующая, распределительная и перераспределительная;
 - Б) учетно-измерительная, стимулирующая, распределительная, регулирующая;
 - В) планово-учетная, стимулирующая, информационная.
2. Цена, установленная при заключении договора и остающаяся неизменной в течение всего срока его действия::
- А) отпускная;
 - Б) окончательная;
 - В) твердая.
3. Данный принцип состоит в необходимости познания и изучения влияния на ценообразование объективных экономических законов:
- А) принцип сбалансированности;
 - Б) принцип государственного регулирования;
 - В) принцип научности обоснования цен.
4. Цена, по которой государство осуществляет приобретение сельскохозяйственных продуктов для государственных нужд:
- А) фиксированная;
 - Б) оптовая;
 - В) закупочная.
5. Цены, устанавливаемые соответствующими органами управления:
- А) регулируемые;
 - Б) свободные;
 - В) рыночные.
6. К методам затратного ценообразования относятся:
- А) параметрическое ценообразование;
 - Б) агрегатный метод;
 - В) калькулирование по сокращенным затратам.
7. Установление цен исходя из того соотношения цена-ценность, которое соответствует большинству других продаваемых на рынке аналогичных товаров:

- А) стратегия премиального ценообразования;
 - Б) стратегия нейтрального ценообразования;
 - В) стратегия ценового прорыва.
8. Минимальное изменение числа продаж, которое необходимо, чтобы изменение цен не привело к падению относительного выигрыша фирмы по сравнению с исходным уровнем:
- А) эффект цены;
 - Б) эффект объема;
 - В) безубыточное изменение числа продаж.
9. Экономический источник тактических скидок:
- А) прибыль;
 - Б) накладные расходы;
 - В) издержки производства.
10. **Задача.** Определить розничную свободную цену на сахар исходя из следующих данных:
себестоимость сахара 1 кг = 2500 руб.;
рентабельность от себестоимости = 15 %;
снабженческо-сбытовая надбавка = 30 %;
торговая надбавка = 25 %;
НДС = 20 %.

Вариант 5

1. Розничная цена отличается от отпускной цены производителя на величину:
- А) посреднической и торговой надбавки;
 - Б) косвенных налогов;
 - В) прибыли торговой компании.
2. Цена, которая устанавливается в момент подписания договора и не меняется в течение всего срока поставки продукции:
- А) регулируемая;
 - Б) твердая;
 - В) трансфертная.
3. Цена сообщаемая в специальных и фирменных источниках информации:
- А) расчетная;
 - Б) публикуемая;
 - В) свободная.
4. К методам затратного ценообразования относятся:
- А) параметрическое ценообразование;
 - Б) агрегатный метод;
 - В) метод на основе анализа безубыточности.
5. К косвенным методам государственного регулирования цен относят:
- А) замораживание цен;
 - Б) установление фиксированных цен;
 - В) установление налогов и налоговых ставок.
6. К методам параметрического ценообразования относятся:
- А) метод прямых затрат;
 - Б) агрегатный метод;
 - В) калькулирование по сокращенным затратам.
7. Минимальное изменение числа продаж, которое необходимо, чтобы изменение цен не привело к падению относительного выигрыша фирмы по сравнению с исходным уровнем:
- А) эффект цены;
 - Б) эффект объема;
 - В) безубыточное изменение числа продаж.

8. Установление цен исходя из того соотношения цена-ценность, которое соответствует большинству других продаваемых на рынке аналогичных товаров:
- А) стратегия премиального ценообразования;
 - Б) стратегия нейтрального ценообразования;
 - В) стратегия ценового прорыва.
9. Экономический источник плановых скидок:
- А) прибыль;
 - Б) накладные расходы;
 - В) издержки производства.
10. **Задача.** Определить розничную свободную цену на сахар исходя из следующих данных:
себестоимость сахара 1 кг = 2500 руб.;
рентабельность от себестоимости = 15 %;
снабженческо-сбытовая надбавка = 30 %;
торговая надбавка = 25 %;
НДС = 20 %.

Вариант 6

1. Цены публичной продажи по максимально предложенному уровню на предварительно осмотренную покупателем партию товара:
- А) розничные;
 - Б) товарного аукциона;
 - В) биржевые котировки.
2. Цена, по которой товар реализуется конечному потребителю:
- А) отпускная;
 - Б) окончательная;
 - В) розничная.
3. Орган исполнительной власти по регулированию естественных монополий:
- А) Правительство РФ;
 - Б) Федеральная служба по тарифам РФ;
 - В) Министерство финансов РФ.
4. К методам затратного ценообразования относятся:
- А) балльный метод;
 - Б) агрегатный метод;
 - В) метод на основе анализа безубыточности.
5. Экономический источник плановых скидок:
- А) прибыль;
 - Б) накладные расходы;
 - В) издержки производства.
6. Цена безразличия – это:
- А) цена альтернативного товара;
 - Б) среднерыночная цена;
 - В) цена лучшего из доступных покупателю альтернативных товаров.
7. Установление цен исходя из того соотношения цена-ценность, которое соответствует большинству других продаваемых на рынке аналогичных товаров:
- А) стратегия премиального ценообразования;
 - Б) стратегия нейтрального ценообразования;
 - В) стратегия ценового прорыва.
8. Признаком стратегии ценового прорыва является:
- А) устанавливаемые фирмой цены воспринимаются большинством покупателей как завышенные по сравнению с экономической ценностью этого товара;
 - Б) устанавливаемые цены воспринимаются большинством покупателей как низкие по

сравнению с экономической ценностью этих товаров;

В) устанавливаемые фирмой цены воспринимаются большинством покупателей как соответствующие экономической ценности этих товаров.

Скидка, предоставляемая покупателям в виде оказания бесплатных услуг или предоставления бесплатных образцов:

А) специальная скидка;

Б) бонусная скидка;

В) скрытая скидка.

10. **Задача.** Определить на каком уровне производства фирма хозяйствует безубыточно.

Исходные данные: постоянные издержки- 60000 руб.; цена реализации единицы продукции – 20 руб.; переменные издержки на единицу продукции – 12 руб., текущий объем реализации 8200 ед.; приемлемый диапазон объемов производства : 4500 – 12500 ед.

Вопросы для самоконтроля по курсу.

1. Какова роль цены в условиях рынка?
2. Что Вы понимаете под ценой как экономической категорией?
3. Какие экономические школы и как они трактуют теорию цены?
4. Какие определения цены Вы знаете?
5. Какие функции выполняет цена в условиях рынка?
6. Какие факторы влияют на формирование рыночных цен?
7. Каково значение предельных затрат для ценообразования?
8. Как классифицируются издержки в зависимости от объема выпускаемой продукции и по способу отнесения затрат на определенный вид продукции?
9. Как сказывается влияние спроса на формирование цены? Что означает ценовая эластичность?
10. Что Вы понимаете под ценностью товара и как она влияет на формирование цен?
11. В чем различие ценовой и неценовой конкуренции?
12. В чем проявляется вмешательство государства в ценовую политику предприятия?
13. В чем суть ценовой политики, каковы ее цели?
14. Какие факторы влияют на выбор целей ценообразования?
15. В каких случаях эффективна цель ценообразования, направленная на увеличение сбыта?
16. Что Вы понимаете под методом ценообразования?
17. Какие методы рыночного ценообразования Вы знаете? В чем преимущества и недостатки каждого из методов ценообразования?
18. Что такое калькулирование по полной номенклатуре затрат?
19. Что Вы понимаете под методом учета затрат по сокращенной номенклатуре? В чем его преимущества?
20. Как учитываются спрос и ценовая эластичность при установлении цен?
21. Что Вы понимаете под ценовой стратегией?
22. Какие виды ценовых стратегий Вы знаете?
23. Какие факторы влияют на выбор ценовой стратегии?
24. Какие ценовые стратегии можно отнести к базовым?
25. В каких случаях эффективны стратегии «высоких» и «низких» цен?
26. В каких случаях можно рекомендовать фирмам стратегию нейтрального ценообразования?
27. Что включают в себя этапы разработки ценовой стратегии?
28. Могут ли действия отдельной фирмы на рынке совершенной конкуренции изменить рыночную цену?
29. Приведите примеры стимулирующего воздействия цены на действия продавцов и покупателей товара.

30. Как на чувствительность покупателя к цене влияет наличие на рынке товаров-заменителей?
31. Как изменяется поведение покупателей при отсутствии товаров-заменителей?
32. Что такое ценовая эластичность спроса, как она определяется?
33. Если при росте цены на 1% объем спроса упал на 5%, то спрос можно считать эластичным или неэластичным?
34. В чем Вы видите недостатки затратного подхода к ценообразованию?
35. Почему методы затратного ценообразования достаточно широко распространены на практике?
36. От каких факторов зависит и как определяется ценность товара для покупателей?
37. Что такое параметрический ряд?
38. В каких отраслях наиболее распространены параметрические методы ценообразования?
39. В каких случаях следует использовать бальный метод, в чем заключаются его преимущества и недостатки?
40. В каких случаях используются торги (тендер)?
41. Как определяется цена контракта в условиях торгов?
42. В чем суть метода полных издержек при расчете цены? Рассмотрите преимущества и недостатки этого метода.
43. В каких условиях проявляются преимущества калькулирования затрат по сокращенной номенклатуре? Каково значение себестоимости для целей ценообразования?
44. Какие налоги включаются в себестоимость продукции?
45. Как классифицируют затраты в зависимости от порядка их включения в калькуляцию себестоимости?
46. Какие расходы относят к косвенным?
47. Какие показатели рентабельности используются при установлении цен?
48. Что вы понимаете под системой цен?
49. В зависимости от каких признаков классифицируются цены? Какие виды цен Вы знаете?
50. В чем различие между ценами бирж, аукционов и торгов?
51. Как между собой взаимосвязаны различные виды цен?
52. Какова роль свободных цен в условиях рыночных отношений?
53. Как формируются свободные отпускные (оптовые) цены на отечественную продукцию?
54. Какие санкции применимы за нарушение антимонопольного законодательства в области ценообразования?
55. Какова структура оптовых и торговых надбавок?
56. Что включает в себя розничная цена (какова ее структура) в зависимости от стадий товародвижения?
57. Как участвуют скидки в стимулировании продаж?
58. Какое влияние оказывают отраслевые особенности на уровень и структуру цены? Приведите примеры.
59. Что такое ценовая дискриминация? Приведите примеры.
60. Дайте определение ценовой политики.
61. Для чего необходимо оценивать инфляцию при формировании цен?
62. В каких условиях применима стратегия «снятия сливок»?
63. Что такое «цена безразличия»?
64. Как влияет бренд на ценовую политику?
65. Какие структурные подразделения организации участвуют в процессе установления цен и реализации ценовой политики?

Темы рефератов, докладов

1. Ценообразование в системе маркетинга.
2. Ценовая политика фирмы в условиях инфляции.
3. Цена и бренд.
4. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен на рынке (по выбору студента).
5. Современные тенденции в российской практике ценообразования.
6. Вмешательство государства в ценовую политику как ценообразующий фактор.
7. Конкурентные преимущества, их влияние на цены.
8. Динамика цен на рынке потребительских товаров в России.
9. Определение цены на инновационные товары и услуги.
10. Ценовая политика организации в условиях конъюнктурных колебаний.
11. Ценовая политика организации при использовании электронной торговли.
12. Создание Таможенного Союза и его влияние на динамику и соотношения цен в странах-участниках.
13. Демпинг и ценовые войны.
14. Практика использования трансфертных цен.
15. Цена и эффективность потребления (на примере рынка легковых автомобилей).
16. Специфика ценообразования в сфере услуг.
17. Потребительское поведение и ценовая политика.
18. Факторы, определяющие чувствительность потребителей к уровню цены.
19. Воздействие мирового финансового кризиса на динамику цен в России.
20. Конкурентные преимущества и использование в практике ценообразования для достижения стратегических целей компании.