**Примерные оценочные материалы, применяемые при проведении**

**промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

**«Управление ценообразованием в организации»**

**При проведении промежуточной аттестации обучающемуся предлагается дать ответы на 2 вопроса из нижеприведенного списка**

**Примерный перечень вопросов**

1. Система цен в экономике и принципы их дифференциации.
2. Сущность, цели и принципы разработки ценовой стратегии предприятия.
3. Последовательность и содержание этапов процесса разработки ценовой стратегии предприятия.
4. Функции цен: регулирования и контроля, измерительная, стимулирующая.
5. Виды ценовых стратегий и условия их применения.
6. Стратегия «премиального ценообразования» и условия ее применения.
7. Стратегия «ценового прорыва» и условия ее применения.
8. Стратегия «нейтрального ценообразования» и условия ее применения.
9. Роль эластичности спроса при выборе ценовой стратегии.
10. Взаимосвязь стратегии маркетинговой деятельности и ценовой стратегии в системе управления предприятием.
11. Применение ценовых стратегий на различных этапах жизненного цикла товара (ЖЦТ).
12. Применение внутренней и внешней маркетинговой информации в разработке ценовой стратегии предприятия.
13. Тактические инструменты реализации ценовой стратегии.
14. Законодательная база государственного регулирования цен в РФ.
15. Формы и методы государственного регулирования цен.
16. Ценообразование в сфере услуг.
17. Ценообразование на научно-техническую продукцию
18. Ценообразование в лесном хозяйстве и лесозаготовительной промышленности.
19. Трансфертное ценообразование.
20. Порядок формирования цены в условиях рынка.
21. Ценообразование и рынок.
22. Взаимодействие спроса и предложения; цена равновесия.
23. Эластичность спроса и предложения.
24. Рыночная конъюнктура цены.
25. Классификация цен по сферам товарного обращения.
26. Классификация цен по срокам действия.
27. Классификация цен по способу отражения транспортных расходов.
28. Классификация цен по формам продаж.
29. Классификация цен по стадиям продаж.
30. Классификация цен по степени регулирования.
31. Классификация цен по степени устойчивости во времени.
32. Мировые цены
33. Преимущества и недостатки затратного ценообразования.
34. Необходимая информация для ценообразования.
35. Ценообразование в процессе жизненного цикла товара.
36. Установление норматива рентабельности при установлении "затратной цены".
37. Цены и денежное обращение.
38. Взаимодействие цен и финансов.
39. Прямые методы государственного регулирования цен.
40. Контроль за соблюдением государственной дисциплины цен.
41. Регулирование цен в зарубежных странах.
42. Учѐтно-измерительная функция цены.
43. Установление цены на новый товар (стратегия прочного внедрения на рынок).
44. Налог на добавленную стоимость, его связь с ценой.
45. Таможенные пошлины и ценообразование.
46. Налог на прибыль, его влияние на цены.
47. Установление цены на новый товар-имитатор (позиционирование товара по показателям качества и цены).
48. Акцизы, их взаимодействие на уровень цен.
49. Установление цены на новый товар (стратегия "снятия сливок").
50. Установление цен на побочные продукты производства и вторичные ресурсы.
51. Ценовая политика и ценовая стратегия фирмы.
52. Формирование цены на продукцию производственно-технического назначения.
53. Особенность ценообразования на продукцию (услуги) естественных монополий РФ.
54. Формирование цен с помощью торговых надбавок.
55. Определение объѐма выпуска, обеспечивающего фирме получение максимальной прибыли
56. Формирование цен с помощью торговых скидок.
57. Стимулирующая функция цены.
58. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровню цен.
59. Распределительная функция цены.
60. Цены и инфляция.
61. Формирование цен с помощью нормативов рентабельности.
62. Цены и налогообложение.
63. Ценностный (рыночный) подход к ценообразованию.
64. Регулирующая (сбалансирования спроса и предложения) функция цены.
65. Формирование политики цен фирмы.
66. Функция цены как средства рационального размещения производства.
67. Ведущие теории цен и ценообразования (затратная, маржинальная или предельной полезности, выявленных предпочтений)
68. Ценообразование в рамках товарной номенклатуры.
69. Понятие и сущность цены в рыночной экономике.
70. Себестоимость как база оптовой цены, еѐ характеристика.