



Факультет мировой экономики и международной торговли

Кафедра финансов

## **МЕЖДУНАРОДНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

### **Примерные вопросы для оценки качества освоения дисциплины**

1. Цена в трудовой теории стоимости.
2. Цена в теории предельной полезности.
3. Развернутая теория цены.
4. Понятие цены с позиции производителя и потребителя.
5. Функции цены.
6. Состав и структура цены.
7. Методы ценообразования.
8. Принципы ценообразования.
9. Система цен.
10. Классификация цен в зависимости от обслуживаемой ими сферы товарного обращения.
11. Классификация цен в зависимости от территории действия.
12. Классификация цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов по доставке грузов.
13. Классификация цен по степени свободы цен от воздействия государства при их определении.
14. Классификация цен в зависимости от степени новизны товара.
15. Цены используемые в учёте и статистике.
16. Уровень цен и исчисление средней цены.
17. Формы индексной оценки динамики цен.
18. Особенности рыночного ценообразования.
19. Ценовая и неценовая конкуренция.
20. Современные условия ценообразования.
21. Факторы ценообразования. Внутренние факторы.
22. Факторы ценообразования. Внешние факторы.
23. Прямое государственное регулирование цен.
24. Косвенное государственное регулирование цен.
25. Этапы ценообразования. Выбор цели.
26. Этапы ценообразования. Определение спроса.
27. Этапы ценообразования. Анализ издержек.

28. Этапы ценообразования. Анализ цен конкурентов.
29. Этапы ценообразования. Выбор метода ценообразования и установление окончательной цены.
30. Спрос. Факторы спроса. Эластичность спроса.
31. Предложение. Эластичность предложения.
32. Рыночное равновесие. Влияние изменения спроса и предложения на рыночное равновесие.
33. Предельные цены. Избыток и дефицит. Излишек потребителя и производителя.
34. Фактор издержек в ценообразовании. Постоянные, переменные и совокупные издержки.
35. Фактор издержек в ценообразовании. Средние и предельные издержки.
36. Типы рыночных структур.
37. Рынок совершенной конкуренции. Максимизация прибыли в краткосрочном периоде: два подхода.
38. Типы фирм на рынке совершенной конкуренции в краткосрочном периоде.
39. Равновесие совершенного конкурента в долгосрочном периоде. Кривая предложения фирмы.
40. Максимизация прибыли на монополистическом рынке.
41. Правило «большого пальца». Коэффициент Лернера.
42. Диверсификация цен.
43. Показатели рыночной концентрации товаров.
44. Равновесие фирмы в условиях монополистической конкуренции в краткосрочном и долговременном периодах.
45. Олигополия. Модель Курно.
46. Затратные методы ценообразования. Метод полных издержек.
47. Затратные методы ценообразования. Метод маржинальных затрат.
48. Затратные методы ценообразования. Метод рентабельности инвестиций.
49. Затратные методы ценообразования. Расчёт цены на основе анализа безубыточности.
50. Тендерное ценообразование.
51. Параметрические методы ценообразования. Метод удельных показателей.
52. Параметрические методы ценообразования. Метод регрессионного анализа.
53. Параметрические методы ценообразования. Балльный метод.
54. Ценностные методы ценообразования.
55. Этапы разработки ценовой стратегии.
56. Этапы разработки ценовой стратегии. Сбор исходной информации.
57. Этапы разработки ценовой стратегии. Стратегический анализ.
58. Этапы разработки ценовой стратегии. Формирование стратегии.
59. Стратегия ценового прорыва.
60. Стратегия премиального ценообразования.
61. Нейтральная стратегия ценообразования.
62. Стратегия скорейшего возврата средств.

**Перечень основной и дополнительной учебной литературы,  
необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

*Основная литература:*

1. Герасимов Б.И., Воронкова О.В. Цены и ценообразование, Учебное пособие , - М.: ФОРУМ, 2011.
2. Емельянова Т. В., Бабушкина Е. П., Приходько В. В., Скорик Н. Я., Тишковская Т. М. Ценообразование в организации. Практикум. [Электронный ресурс] /М.: Высшэйшая школа, 2013. – 336 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235671&sr=1>

*Дополнительная литература:*

1. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность, Учебник , - М.: Юрайт, 2013.
2. Моргунов В.И., Моргунов С.В. Международный маркетинг. Учебник для бакалавров. [Электронный ресурс] /М.: Дашков и Ко, 2014. – 182 с.  
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221300&sr=1>

**ПРИЛОЖЕНИЕ**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по  
дисциплине «Международное ценообразование» по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент**

## **Критерии оценки знаний обучающихся**

Используемые формы текущего контроля:

- устные (собеседование в рамках практического занятия, доклады);
- письменные (выполнение тестов, рефераты).

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

### **Примерная тематика рефератов**

1. Сущность цены и ее роль в рыночной экономике. Функции цен.
2. Ценообразующие факторы в условиях рынка.
3. Цели рыночного ценообразования.
4. Методы рыночного ценообразования.
5. Стратегия высоких цен и ее характеристика.
6. Стратегия низких цен и ее характеристика.
7. Этапы разработки ценовой стратегии.
8. Стратегия ступенчатых цен, ее сущность.
9. Ценовая модификация в рамках товарной номенклатуры.
10. Ценовая модификация дискриминационных цен.
11. Ценовая модификация по географическому принципу.
12. Ценовая модификация – «психологическое ценообразование».
13. Система скидок цен и их значение для стимулирования сбыта продукции.
14. Виды цен и их классификация.
15. Монопольные цены, их виды.
16. Цены торгов на внутреннем рынке.
17. Цены аукционов на внутреннем рынке.
18. Биржевые цены на внутреннем рынке.
19. Калькуляция себестоимости продукции и ее использование в практике ценообразования.

Характеристика статей калькуляции.

20. Прямые и косвенные расходы, порядок их включения в себестоимость продукции.
21. Прибыль как элемент цены товара, показатели рентабельности, используемые при установлении цен.
22. Косвенные налоги как элементы цены отечественного товара.
23. Свободные отпускные (оптовые цены), порядок их установления и применения, структура цены.
24. Свободные розничные цены, порядок их установления и применения.
25. Структура свободной розничной цены на отечественный товар (при условии прямых связей и контрагенты плательщики НДС). Краткая характеристика элементов цены.
26. Структура свободной розничной цены на отечественный товар (при условиях: прямые связи между производителем товара и розничной торговлей; производитель товара – плательщик НДС). Краткая характеристика элементов цены.
27. Структура свободной розничной цены на отечественный товар (при условиях: поставка товара от отечественного производителя в оптовую, а затем в розничную торговлю; все контрагенты плательщики НДС, а розничная торговля не плательщик НДС). Краткая характеристика элементов цены.
28. Структура свободной розничной цены на отечественный товар (при условии поставки товара от отечественного производителя в оптовую торговлю, а затем в розничную; контрагенты, кроме оптовой торговли – плательщики НДС). Краткая характеристика элементов цены.
29. Оптовые и торговые надбавки, их структура, порядок установления и применения.
30. Таможенная стоимость и методы ее определения.
31. Таможенная стоимость по стоимости сделки с ввозимыми товарами, порядок ее определения.

32. Таможенная стоимость по стоимости сделки с идентичными товарами, порядок ее определения.
33. Таможенная стоимость по стоимости сделки с однородными товарами, порядок ее определения.
34. Таможенная стоимость и ее определение на основе метода вычитания.
35. Таможенная стоимость и ее определение на основе метода сложения.
36. Резервный метод определения таможенной стоимости.
37. Таможенные платежи и порядок их включения в цену импортного товара.
38. Порядок определения цен на импортные товары, закупаемые организацией розничной торговли за счет собственных валютных средств.
39. Сущность и методы регулирования цен.
40. Регулирование цен в естественных монополиях.
41. Регулирование цен на отдельные виды продукции производственно - технического назначения, товаров и услуг.
42. Ценообразование на продукцию сельского хозяйства.
43. Ценообразование в электроэнергетике.
44. Ценообразование в газовой промышленности.
45. Ценообразование в угольной промышленности.
46. Ценообразование в нефтяной промышленности.
47. Ценообразование в отдельных отраслях обрабатывающей промышленности.
48. Основы тарифной политики на грузовые перевозки и факторы, влияющие на формирование транспортных тарифов.
49. Формирование тарифов на грузовые перевозки железнодорожным транспортом.
50. Формирование тарифов на перевозки грузов морским транспортом.
51. Формирование тарифов на перевозки грузов речным транспортом.
52. Формирование тарифов на перевозки грузов автомобильным транспортом.
53. Мировые цены и факторы, влияющие на их формирование.
54. Виды мировых цен и их классификация. Источники информации о мировых ценах.
55. Мировые цены: справочные, прейскурантов, каталогов, проспектов, предложений; порядок их установления и применения.
56. Мировые цены на торгах, порядок их установления и применения.
57. Мировые цены на товарных аукционах, порядок их установления и применения.
58. Мировые цены на товарных биржах, их виды, порядок установления и применения.
59. Цены фактических сделок на мировом товарном рынке, их виды, порядок установления и применения.

### **Примерные вопросы для оценки качества освоения дисциплины**

1. Цена в трудовой теории стоимости.
2. Цена в теории предельной полезности.
3. Развернутая теория цены.
4. Понятие цены с позиции производителя и потребителя.
5. Функции цены.
6. Состав и структура цены.
7. Методы ценообразования.
8. Принципы ценообразования.
9. Система цен.
10. Классификация цен в зависимости от обслуживаемой ими сферы товарного обращения.
11. Классификация цен в зависимости от территории действия.
12. Классификация цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов по доставке грузов.
13. Классификация цен по степени свободы цен от воздействия государства при их определении.

14. Классификация цен в зависимости от степени новизны товара.
15. Цены используемые в учёте и статистике.
16. Уровень цен и исчисление средней цены.
17. Формы индексной оценки динамики цен.
18. Особенности рыночного ценообразования.
19. Ценовая и неценовая конкуренция.
20. Современные условия ценообразования.
21. Факторы ценообразования. Внутренние факторы.
22. Факторы ценообразования. Внешние факторы.
23. Прямое государственное регулирование цен.
24. Косвенное государственное регулирование цен.
25. Этапы ценообразования. Выбор цели.
26. Этапы ценообразования. Определение спроса.
27. Этапы ценообразования. Анализ издержек.
28. Этапы ценообразования. Анализ цен конкурентов.
29. Этапы ценообразования. Выбор метода ценообразования и установление окончательной цены.
30. Спрос. Факторы спроса. Эластичность спроса.
31. Предложение. Эластичность предложения.
32. Рыночное равновесие. Влияние изменения спроса и предложения на рыночное равновесие.
33. Предельные цены. Избыток и дефицит. Излишек потребителя и производителя.
34. Фактор издержек в ценообразовании. Постоянные, переменные и совокупные издержки.
35. Фактор издержек в ценообразовании. Средние и предельные издержки.
36. Типы рыночных структур.
37. Рынок совершенной конкуренции. Максимизация прибыли в краткосрочном периоде: два подхода.
38. Типы фирм на рынке совершенной конкуренции в краткосрочном периоде.
39. Равновесие совершенного конкурента в долгосрочном периоде. Кривая предложения фирмы.
40. Максимизация прибыли на монополистическом рынке.
41. Правило «большого пальца». Коэффициент Лернера.
42. Диверсификация цен.
43. Показатели рыночной концентрации товаров.
44. Равновесие фирмы в условиях монополистической конкуренции в краткосрочном и долговременном периодах.
45. Олигополия. Модель Курно.
46. Затратные методы ценообразования. Метод полных издержек.
47. Затратные методы ценообразования. Метод маржинальных затрат.
48. Затратные методы ценообразования. Метод рентабельности инвестиций.
49. Затратные методы ценообразования. Расчёт цены на основе анализа безубыточности.
50. Тендерное ценообразование.
51. Параметрические методы ценообразования. Метод удельных показателей.
52. Параметрические методы ценообразования. Метод регрессионного анализа.
53. Параметрические методы ценообразования. Балльный метод.
54. Ценностные методы ценообразования.
55. Этапы разработки ценовой стратегии.
56. Этапы разработки ценовой стратегии. Сбор исходной информации.
57. Этапы разработки ценовой стратегии. Стратегический анализ.
58. Этапы разработки ценовой стратегии. Формирование стратегии.
59. Стратегия ценового прорыва.
60. Стратегия премиального ценообразования.
61. Нейтральная стратегия ценообразования.

62. Стратегия скорейшего возврата средств.