Группа Э 121 з

**Ценовая политика предприятия (контрольная работа и зачет)**

**Тематика контрольных работ:**

**Тема 1. Исторические аспекты развития теории цен в рамках основных экономических школ.**

1. Стоимость и цена в теории представителей классической школы.
2. Стоимость товара и прибавочная стоимость.
3. Стоимость и цена в современных условиях.

**Тема 2. Цена как экономическая категория. Принципы и методы ценообразования.**

1. Роль цены в современной экономике на микро- и на макроэкономическом уровне.
2. Классификация цен и система цен.
3. Принципы ценообразования: общие, экономические и административные.

**Тема 3. Ценовая политика фирмы.**

1.Методология управления ценами

2. Внешние и внутренние факторы, влияющие на экономическую политику. 3. Сущность, и этапы формирования ценовой политики. Взаимосвязь категорий: ценовой политики, метода ценообразования и ценовой стратегии.

**Тема 4. Методы и способы ценообразования**

1. Затратный метод ценообразования: условия его появления в России, основные характеристики, преимущества и недостатки.
2. Рыночный метод ценообразования в России, условия перехода к нему. Преимущества и недостатки метода.
3. Ценностный метод ценообразования в России, обоснование условий перехода к нему. Преимущества и недостатки ценностного метода ценообразования по сравнению с рыночным ценообразованием.

**Тема 5. Факторы, влияющие на установление цены Чувствительность покупателей к уровню цен.**

1.Факторы (или эффекты), снижающие ценовую чувствительность спроса на товары: уникальность товара; затраты на переключение; затруднённость сравнений; оценка качества через цену; дороговизна товара; значимость конечного результата; возможность разделения затрат; мера «справедливости» цены; фактор создания запасов.

2. Ценовые ожидания, ценовые ощущения - их влияние на решения покупателя, связанные с покупками.

3. Ценообразование и жизненный цикл товара. Варианты кривой ЖЦ различных товаров.

**Тема 6. Нормирование и налоги в ценообразовании.**

1. Виды нормирования в экономике.
2. Налоги в цене продукции или услуги.
3. Влияние посредников на формирование цены. Сравнение двух способов продажи товаров: без посредников (прямой сбыт) и с посредниками (косвенный сбыт).

**Тема 7. Стратегические и тактические основы ценообразования.**

1. Виды, характеристики и области применения ценовых стратегий: конкурентного и ассортиментного ценообразования, а также дифференциации цен и потребителей.
2. Базовая цена, как результат установления цены с помощью метода ценообразования.
3. Тактические инструменты управления ценами.

**Тема 8. Государственное регулирование и контроль цен.**

1. Обоснование государственного регулирования цен, исходя из функций цен, а также административного принципа ценообразования.

2. Нормативные акты и законодательная база государственного регулирования цен. Федеральный закон «О торговле».

3. Исполнительные государственные органы, связанные с регулированием и контролем цен. Федеральная антимонопольная служба (ФАС). Методы контроля ФАС за ценами, устанавливаемыми монополиями. Особенности установления цен в отечественной торговле.

**Вопросы к зачету**

1. Взаимосвязь категорий: ценовой политики, метода ценообразования и ценовой стратегии.
2. Обоснование расчётной базовой цены, полученной с помощью метода ценообразования, как исходного уровня цены при реализации ценовой стратегии.
3. Политика фирмы на рынках, различных по типам конкуренции.
4. Ценовая конкуренция.
5. Эластичность спроса и ее влияние на установление цены.
6. Основные формулы цены и рентабельность ряда отраслей промышленности. Состав и структура цены; налоги и надбавки в структуре цены.
7. Методы и способы ценообразования
8. Затратный метод ценообразования: условия его появления в России, основные характеристики, преимущества и недостатки.
9. Рыночный метод ценообразования в России, условия перехода к нему. Преимущества и недостатки метода.
10. Ценностный метод ценообразования в России, обоснование условий перехода к нему. Преимущества и недостатки ценностного метода ценообразования по сравнению с рыночным ценообразованием.
11. Факторы, влияющие на установление цены.
12. Чувствительность покупателей к уровню цен.
13. Факторы (или эффекты), снижающие ценовую чувствительность спроса на товары.
14. Ценовые ожидания, ценовые ощущения - их влияние на решения покупателя, связанные с покупками.
15. Ценообразование и жизненный цикл товара. Варианты кривой ЖЦ различных товаров.
16. Ценовые ступеньки на товары– новинки, модифицированные и традиционные товары.
17. Инфляция как многофакторный процесс, включая инфляционный налог. Цены и инфляция в России: динамика и анализ изменения. Анализ влияния инфляции на оплату труда в России.
18. Нормирование и налоги в ценообразовании.
19. Виды нормирования в экономике.
20. Роль нормирования затрат в организации производства.
21. Норма расхода (НР) сырья, комплектующих и других видов прямых затрат, включая энергоресурсы и топливо.
22. Налоги в цене продукции или услуги.
23. Влияние посредников на формирование цены. Сравнение двух способов продажи товаров: без посредников (прямой сбыт) и с посредниками (косвенный сбыт).
24. Стратегические и тактические основы ценообразования.
25. Виды, характеристики и области применения ценовых стратегий: конкурентного и ассортиментного ценообразования, а также дифференциации цен и потребителей.
26. Выбор вида ценовой стратегии, исходя из задач экономической политики и целей ценовой политики.
27. Базовая цена, как результат установления цены с помощью метода ценообразования.
28. Этапы разработки стратегий ценообразования.
29. Тактические инструменты управления ценами.
30. Виды, характеристики и условия применения основных ценовых стратегий: конкурентных и ассортиментных стратегий, дифференциации потребителей и цен.
31. Государственное регулирование и контроль цен.
32. Обоснование государственного регулирования цен, исходя из функций цен, а также административного принципа ценообразования.
33. Роль, цели и задачи государственного регулирования цен в экономике. Виды прямого и косвенного регулирования цен.
34. Нормативные акты и законодательная база государственного регулирования цен. Федеральный закон «О торговле».
35. Исполнительные государственные органы, связанные с регулированием и контролем цен. Федеральная антимонопольная служба (ФАС).
36. Стоимость и цена в теории представителей классической школы.
37. Стоимость товара и прибавочная стоимость.
38. Стоимость и цена в современных условиях.
39. Цена как экономическая категория. Принципы и методы ценообразования.
40. Классификация цен.