**ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ**

**ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ и ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ»**

**для студентов специальности 1 – 26 02 03 «Маркетинг»**

1. Цена как экономическая категория. Функции цен в рыночной экономике. Факторы, оказывающие влияние на уровень цен. Принципы ценообразования.
2. Виды и система цен Республики Беларусь
3. Методология ценообразования
4. Классификация затрат в ценообразовании. Способы калькулирования себестоимости единицы продукции. Определение цены по методу «Издержки +». Достоинства и недостатки метода.
5. Определение цены по методу «Минимально необходимой цены». Методика расчета цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли. Достоинства и недостатки метода.
6. Ценообразование по методу структурной аналогии. Агрегатный метод определения цены.
7. Понятие параметрического ряда. Условия, сфера применения и состав параметрических методов ценообразования.
8. Ценообразование по методу удельных показателей и методу балльной оценки. Этапы расчета цены. Недостатки методик и их устранение в практике ценообразования.
9. Определение цены методом учета полезного эффекта, методом корреляционно-регрессионного анализа
10. Определение цены методом сложного коэффициента качества и методом экспертной оценки потребительской ценности товара и цены на него.
11. Определение цены на основе ощущаемой ценности товара потребителем и на основе метода следования за лидером
12. Определение цены на основе учета текущих цен на рынке.
13. Тендерное ценообразование. Качественный анализ условий торгов
14. Тендерное ценообразование. Количественный анализ условий торгов
15. Эластичность спроса и ее учет в ценообразовании. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен
16. Процедура формирования цены на предприятии. Этапы расчета цены
17. Формирование себестоимости продукции как основного элемента цены. Группировка затрат по элементам сметы и калькуляционным статьям. Составление калькуляции
18. Обоснование прибыли для ее включения в цену продукции предприятия
19. Формирование отпускной цены предприятия - изготовителя с учетом действующей практики ценообразования
20. Порядок формирования цен оптовыми предприятиями
21. Порядок формирования цен предприятиями розничной торговли
22. Отражение в цене транспортных расходов. Франкировка цен.
23. Географический подход к ценообразованию
24. Условия поставки INCOTERMS 2010
25. Особенности ценообразования по способу распределения риска потерь от инфляции
26. Сущность ценовой политики фирмы, её роль и значение в маркетинге
27. Основные инструменты ценовой политики. Активная и пассивная политика цен на конкурентном рынке
28. Особенности ценовой политики на различных типах рынка
29. Понятие ценовой стратегии. Общая классификация ценовых стратегий. Запрещенные ценовые стратегии
30. Стратегии конкурентного ценообразования
31. Стратегии дифференцированного ценообразования
32. Стратегии ассортиментного ценообразования
33. Тактика ценообразования. Классификация тактических приемов ценообразования
34. Виды скидок и условия их эффективного применения
35. Психологические приемы тактики ценообразования
36. Ценовые войны: положительные и отрицательные эффекты, сценарии развития, стратегии остановки ценовых войн