

1. Какую точку зрения на сущность цены Вы разделяете?
2. Как маркетинг трактует понятие цены?
3. Какие функции выполняет рыночная цена?
4. Какие функции выполняет цена в роли индикатора рыночной конъюнктуры?
5. Какие функции выполняет цена в роли регулятора рынка?
6. На каком определении цены базируется теория ценового маркетинга?
7. Как трактуется цена (стоимость) в неоклассической теории А. Маршалла?
8. Как трактует цену (стоимость) теория предельной полезности?
9. Какие условия определяют рыночную роль цены?
10. Роль цены как индикатора рынка предполагает
11. По какой цене одежда продается конечному потребителю?
12. К какому критерию классификации цен относятся твердые цены?
13. Что лежит в основе разделения цен на цены франко - назначения и франко - отправления?
14. Трансфертная цена – это:
15. Из каких элементов складывается розничная цена?
16. В чем состоит особенность оптовых цен?
17. Если классифицировать цены по стадиям продаж, какой тип цены попадает в классификацию?
18. Если классифицировать цены по степени устойчивости во времени, какой тип цены попадает в классификацию?
19. Какой принцип лежит в основе разделения цен на фиксированные и свободные?
20. Мировая цена – это:
21. Основное отличие рыночной системы ценообразования от плановой:

22. В чем состоит сходство принципов планового ценообразования на государственном уровне и в рамках крупной рыночной фирмы?
23. Цены, соответствующие маркетинговой концепции "интенсификации сбыта" (интенсивная система сбыта – залог успешных продаж), назначаются:
24. Цены, соответствующие маркетинговой концепции "совершенствования производства" (большой объем производства и широкая представленность в торговле), назначаются на товары:
25. Этапу разработки ценовой стратегии предшествует этап:
26. Недостатки плановой системы ценообразования
27. По какому принципу формировались розничные цены в плановой экономике?
28. Что характеризует ситуацию «вымывания дешевых товаров из ассортимента» в условиях плановой экономики?
29. Цены, соответствующие маркетинговой концепции "совершенствования товара" (постоянное усовершенствование товара – залог успешного сбыта), назначаются на товары:
30. За этапом разработки ценовой стратегии следует этап:
31. Какие элементы включают маркетологи в производственные факторы ценообразования
32. Снижение цены на товар приводит к росту выручки от его продажи в случае:
33. Для рынка монополистической конкуренции характерно:
34. К какому типу регулирования относятся рекомендуемые цены:
35. Причины нарушения обратной зависимости между ценой и спросом:
36. На какой стадии жизненного цикла товара возможен конъюнктурно завышенный уровень цены?
37. Для каких товаров коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене положительный:
38. К экономическому регулированию цен относится
39. Высокие цены соответствуют фирменной цели
40. Какие условия способствуют назначению высоких цен?
41. Что составляет основу риска при применении стратегии "цены проникновения"?

42. На каких покупателей рассчитана стратегия "стабильных цен"?
43. На стадии выведения товара на рынок возможно применение стратегий:
44. Округление цен относится к:
45. Каким стадиям жизненного цикла соответствует модель поведения цены
46. Как отразится снижение качества товара на изменении цен при реализации стратегии «роста проникающих цен»?
47. Занижение цены на товар-приманку - основа стратегии:
48. На каких покупателей рассчитана стратегия "снятия сливок"?
49. Вслед за применением стратегии «снятия сливок» рекомендуется применять
50. Основные недостатки методов ценообразования, ориентированных на затраты:
51. Для каких условий характерно параметрическое ценообразование?
52. Метод аукционного ценообразования относится к методам, ориентированным:
53. Для тендеров характерна ценообразовательная тенденция:
54. Метод калькуляционного выравнивания основан
55. Цена, покрывающая только переменные затраты на продукт, называется
56. Так называемая «оптимальная цена» рассчитывается маркетологами по формуле
57. Основные недостатки методов ценообразования, ориентированных на конкурентов:
58. Понятию «вилка приемлемости цен» при проведении опросов потребителей соответствуют
59. Для каких условий характерно использование агрегатного метода ценообразования?