

**VI МЕЖДУНАРОДНАЯ ОЛИМПИАДА
МИЦ «Вектор развития: ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»
Определите, верно ли данное утверждение:**

1. **Ценообразование – это одна из важнейших составляющих маркетинговой деятельности любого предприятия:**
А. ДА.
Б. НЕТ.
2. **Суть ценообразования состоит в том, чтобы определить, какие цены необходимо установить на товары (услуги), чтобы завладеть частью рынка, обеспечить конкурентоспособность данного товара по ценовым показателям и определить объем прибыли:**
А. ДА.
Б. НЕТ.
3. **Стратегия ценообразования будет зависеть от того, на какой товар предприятие устанавливает цену: на новый товар или на товар, уже существующий на рынке:**
А. ДА.
Б. НЕТ.
4. **На цены конкурентов полезно опираться при расчете собственных цен, так как они оказывают сильное влияние на выбор метода ценообразования:**
А. ДА.
Б. НЕТ.
5. **Стимулирующее ценообразование – это определение цены не только с экономической стороны, но и учитывая психологические факторы:**
А. ДА.
Б. НЕТ.

Установите соответствие:

	Термин, понятие	Определение
6.	Акциз	А. Стратегия ценообразования; включает снижение цен на конкретные товары или торговые марки на определенных территориях путем действий торговых представителей фирм (компаний), чтобы резко увеличить сбыт товаров; применяется также в целях ликвидации конкуренции.
7.	Выборочное снижение цен	Б. Система изменяющихся цен на потребительскую продукцию в зависимости от ее престижности.

8.	Выравнивание закупочных цен	В. Изменение цен на биржах под воздействием спроса и предложения на основе законов рыночного механизма.
9.	Декор	Г. Вид косвенных налогов на товары и услуги преимущественно массового потребления, включаемый в их цену (тариф) и непосредственно оплачиваемый конечным покупателем.
10.	Индекс цен	Д. Освобождение цен от административного контроля; свободное формирование цен по законам рыночной экономики, под влиянием конкуренции товаропроизводителей, спроса и предложения товаров.
11.	Колебание курса	Е. Скидка с цены товара за досрочную его оплату; применяется также в случае, если поставленный товар оказывается более низкого качества или иного образца, чем это было предусмотрено в контракте (договоре).
12.	Либерализация цен	Ж. Установление государственных единых расчетных цен сельскохозяйственной продукции по зонам, сортам, видам, регионам, а также их повышение (снижение) в соответствии с ростом (падением) цен в промышленности.
13.	Множественны цены	З. Сохранение цен товаров, услуг, ценных бумаг на определенном стабильном уровне на конкретный момент времени.
14.	Паритетная цена	И. Цена продуктов сельского хозяйства, гарантированная фермерам правительством и позволяющая их производителю за неизменный объем продукции иметь денежный доход, достаточный для приобретения потребительской корзины.
15.	Фиксация цен	К. Показатель динамики цен по сравнимому кругу (перечню) элементов (товаров, продукции и услуг) за определенный период времени или по территориальному признаку.

Ответьте на вопросы теста. В каждом вопросе только один правильный вариант ответа:

16. Предполагает установление цены на товар на таком уровне, который воспринимается как слишком высокий по отношению к его экономической ценности:

- А. Стратегия нейтрального ценообразования.
- Б. Стратегия ассортиментного ценообразования.
- В. Стратегия дифференцированного ценообразования.
- Г. Стратегия премиального ценообразования.
- Д. Стратегия ценового прорыва.

17. Применима тогда, когда у предприятия имеется набор аналогичных, сопряженных или

взаимозаменяемых товаров:

- А. Стратегия нейтрального ценообразования.
- Б. Стратегия ассортиментного ценообразования.
- В. Стратегия дифференцированного ценообразования.
- Г. Стратегия премиального ценообразования.
- Д. Стратегия ценового прорыва.

18. В большинстве случаев потребители по-разному относятся к значимости (ценности для себя) одних и тех же товаров, предлагаемых рынком. Это объясняется тем, что:

- А. Структура потребностей и их ранжирование по значимости зависит от множества как личностных, так и внешних факторов.
- Б. В разные периоды времени у одного и того же потребителя доминирующие потребности могут меняться.
- В. Средства, доступные потребителям для удовлетворения потребностей всегда ограничены и, как правило, не достаточны.
- Г. Все ответы верны.

19. Цена ФСА – «франко-перевозчик в указанном месте» означает, что:

- А. Продавец выполнит свои обязательства по поставке (доставке) товара только после того, как передаст товар, прошедший таможенную очистку при экспортировании, в распоряжение назначенного покупателем перевозчика товара во взаимосогласованном месте:
- Б. Продавец выполнил свои обязательства по поставке, если товар был передан в распоряжение покупателя на борту судна, но не прошел таможенную очистку в согласованном порту назначения.
- В. Продавец выполнил свои обязательства по поставке тогда, когда поставил товар, очищенный от экспортных таможенных пошлин, в согласованный пункт и место на границе, но до поступления на таможенную границу соседней страны.

20. Цена ДЕС – «поставка с судна в порту назначения» означает, что:

- А. Продавец выполнит свои обязательства по поставке (доставке) товара только после того, как передаст товар, прошедший таможенную очистку при экспортировании, в распоряжение назначенного покупателем перевозчика товара во взаимосогласованном месте:
- Б. Продавец выполнил свои обязательства по поставке, если товар был передан в распоряжение покупателя на борту судна, но не прошел таможенную очистку в согласованном порту назначения.
- В. Продавец выполнил свои обязательства по поставке тогда, когда поставил товар, очищенный от экспортных таможенных пошлин, в согласованный пункт и место на границе, но до поступления на таможенную границу соседней страны.

21. Цена ДАФ – «поставка до границы в указанный пункт» означает, что:

А. Продавец выполнит свои обязательства по поставке (доставке) товара только после того, как передаст товар, прошедший таможенную очистку при экспортировании, в распоряжение назначенного покупателем перевозчика товара во взаимосогласованном месте:

Б. Продавец выполнил свои обязательства по поставке, если товар был передан в распоряжение покупателя на борту судна, но не прошел таможенную очистку в согласованном порту назначения.

В. Продавец выполнил свои обязательства по поставке тогда, когда поставил товар, очищенный от экспортных таможенных пошлин, в согласованный пункт и место на границе, но до поступления на таможенную границу соседней страны.

22. Вид ценообразования, при котором цены устанавливают преимущественно производители:

А. Централизованное.

Б. Децентрализованное.

В. Рыночное.

23. Фиксация цен, то есть ограничения на рыночное движение цены со стороны государственных и муниципальных органов могут проявляться в следующих формах:

А. Введение государственных преференциальных цен.

Б. «Замораживание» на определенный период времени свободных рыночных цен.

В. Фиксирование цен естественных монополистов и предприятий, занимающих доминирующее положение на рынке.

Г. Все ответы верны.

24. Функция цен, которая выявляет затраты ресурсов т.е. необходимые затраты на производство и реализацию продукции:

А. Стимулирующая.

Б. Учетная.

В. Размещения капитала и производства.

Г. Распределительная.

25. Установление дискриминационных цен осуществляется в зависимости от:

А. Покупательского сегмента.

Б. Варианта товара.

В. Местонахождения товара.

Г. Времени.

Д. Все ответы верны.

26. Используются для реализации товаров в розничной торговой сети населению, предприятиям и организациям:

- А. Закупочные цены на продукцию сельского хозяйства.
- Б. Цены на продукции строительства.
- В. Оптовые цены на продукцию промышленности.
- Г. Цены на потребительские товары.
- Д. Тарифы на услуги.

27. Это система ставок, по которым предприятия сферы услуг реализуют их любым потребителям:

- А. Закупочные цены на продукцию сельского хозяйства.
- Б. Цены на продукции строительства.
- В. Оптовые цены на продукцию промышленности.
- Г. Цены на потребительские товары.
- Д. Тарифы на услуги.

28. Выберите факторы спроса, формирующие цену:

- А. Уровень сбережений, совокупность потребительских свойств товара, полезность товара.
- Б. Общее количество товара на рынке, уровень запасов данного товара у всех возможных производителей и уровень запасов у данного продавца.
- В. Нет правильного ответа.

29. Выберите факторы предложения, формирующие цену:

- А. Уровень сбережений, совокупность потребительских свойств товара, полезность товара.
- Б. Общее количество товара на рынке, уровень запасов данного товара у всех возможных производителей и уровень запасов у данного продавца.
- В. Нет правильного ответа.

30. Это такой подход к установлению цены на товар или на всю производимую продукцию, который обеспечивает выживание предприятия в складывающихся рыночных условиях:

- А. Учетная политика предприятия.
- Б. Ценовая стратегия предприятия.
- В. Ценовая политика предприятия.