

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ  
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА»

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе и  
качеству образования

\_\_\_\_\_ И.А.Долгова

15 апреля 2026 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**ЦЕНЫ И ТАРИФЫ**

---

Направление подготовки:	38.04.01 Экономика
Профиль подготовки:	Экономика, управление и стратегия развития организации
Квалификация:	магистр
Форма обучения:	очно-заочная
Год начала подготовки:	2026

# 1. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплинам и практикам	Вид аттестации и оценочных средств
ПК 3 - Способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных задач в сфере ценообразования	ПКМ-3.И-1 осуществляет анализ макроэкономических и микроэкономических факторов ценовой политики организации	ПКМ-3.И-1.3-1 Знает основы экономической теории	Текущий контроль: опрос, решение кейсов, доклад, промежуточный тест. Промежуточная аттестация: фонд оценочных средств
		ПКМ-3.И-1.3-2 –Знает теоретические основы рыночного ценообразования	
		ПКМ-3.И-1.3-3 Знает основные законодательные и нормативные акты в области ценообразования	
		ПКМ-3.И-1.У-1 Умеет исследовать рыночную конъюнктуру с целью выделения ключевых факторов ценообразования	
		ПКМ-3.И-1.В-1 Владеет навыками применения классических и современных методов ценообразования	
	ПКМ-3.И-2 Разрабатывает стратегию формирования цен	ПКМ-3.И-2.3-1 Знает закономерности формирования политики, стратегии и тактики ценообразования	Текущий контроль: опрос, решение кейсов, доклад, промежуточный тест. Промежуточная аттестация: фонд оценочных средств
		ПКМ-3.И-2.У-1 Умеет использовать технологии мониторинга и эффективности реализации стратегии	
		ПКМ-3.И-2.У-2 Умеет осуществлять мероприятия, направленные на модернизацию стратегии	
		ПКМ-3.И-2.В-1 Владеет навыками разработки стратегии ценообразования	

## **2. Оценочные средства для текущего контроля**

### **2.1. Вопросы для подготовки к семинарским/практическим занятиям**

#### **Тема 1. Экономическая сущность цен и тарифов**

1. Понятие цены, как экономической категории в условиях рыночных отношений.
2. Сущность ценообразования
3. Перечислите ценообразующие факторы.
4. Функции цены.
5. Классификация цен и их система.
6. Методология ценообразования.
7. Состав и структура цены.

#### **Тема 2. Система цен в Российской Федерации и классификация цен**

1. Понятие системы цен.
2. Классификации цен.
3. Мировые цены.
4. Понятие средней цены и обобщающего уровня цен.
5. Нормативно-правовая база, регулирующая процессы ценообразования и тарификации

#### **Тема 3. Микроэкономический анализ цен**

1. Как отражаются цели предприятия в ценообразовании?
2. Ценообразование на различных типах конкурентных рынков.
3. Сбор исходных данных для ценообразования и установления тарифов.
4. Подготовка исходных данных для ценообразования и установления тарифов.
5. Принципы исследования чувствительности покупателей к уровням цен.
6. Методы исследования чувствительности покупателей к уровням цен.

#### **Тема 4. Методики ценообразования**

1. Общая схема расчета цены.
2. Перечислите исходные данные, необходимых для процесса ценообразования.
3. Какова роль затрат в обосновании ценовых решений?
4. Анализ соотношения затрат, объема производства и прибыли.
5. Анализ приростной безубыточности при изменениях цен, изменений цен при непостоянстве затрат.
6. Затратные методы, проблемы использования, роль в российской экономике.
7. Расчет цен на основе нормативов рентабельности торговых скидок и надбавок.
8. Нормативно-параметрические методы ценообразования и сферы их применения.
9. Рыночные методы ценообразования.
10. Эконометрические методы определения цен.
11. Порядок установления цен.

#### **Тема 5. Формирование ценовой стратегии предприятия в рыночных условиях**

1. Этапы разработки ценовой стратегии.
2. Сбор и подготовка исходных данных для ценообразования.
3. Анализ и обработка исходных данных для целей применимости в расчетах.
4. Стратегии рыночного ценообразования: нейтральное ценообразование.
5. Стратегия ценового прорыва.
6. Стратегия премиального ценообразования.
7. Ценовая тактика.
8. Скидки.
9. Типовая методика ценообразования с учетом положений нормативно-правового регулирования.

## Тема 6. Методики тарифного регулирования в Российской Федерации и за рубежом

1. Государственное регулирование цен. Уровни регулирования.
2. Сбор и подготовка исходных данных для установления тарифов.
3. История тарифного регулирования.
4. Регуляторы и основные нормативно-методические подходы к тарифному регулированию в РФ.
5. Порядок установления тарифов.
6. Типовая методика тарификации с учетом положений нормативно-правового регулирования.
7. Формы и методы регулирования цен в РФ.
8. Формы и методы регулирования цен за рубежом.

### Критерии оценки работы на практическом занятии

Критерии	Максимальное количество баллов за занятие
<b>Устный опрос, коллоквиум</b>	
Основные теоретические положения по вопросу раскрыты. Имеются элементы обоснования выводов. Имеются элементы систематизации информации, факты применения профессиональной терминологии. Очевидно использование источников рекомендованной литературы.	5 баллов

## 2.2. Темы докладов

1. Ценовые войны
2. Пакетное ценообразование
  1. Сущность цены. Функции цен.
  2. Зависимость ценообразования от типа рынка.
3. Система цен в экономике.
4. Понятие эластичности. Факторы, влияющие на эластичность спроса по цене.
5. Использование оценок эластичности для выбора стратегии и тактики ценообразования.
6. Методы затратного ценообразования.
7. Методы рыночного ценообразования.
8. Состав и структура цены.
9. Ценовая политика предприятия.
10. Тактические аспекты ценовой политики.
11. Скидки как инструмент ценовой политики фирмы.
12. Ценовые стратегии предприятия.
13. Эконометрические методы определения цен.
14. Выбор типа ценовой стратегии.
15. Этапы разработки ценовой стратегии.
16. Стратегия премиального ценообразования.
17. Стратегия ценового прорыва.
18. Анализ безубыточности решений при установлении цен.
19. Основные теоретические концепции цены.
20. Ценообразование в условиях совершенной конкуренции.
21. Ценообразование в условиях монополистической конкуренции.
22. Ценообразование на олигополистическом рынке.
23. Ценообразование в условиях монополии.
24. Цены на продукцию естественных монополий и методы их регулирования.

25. Себестоимость и прибыль в структуре цены.

26. Основные этапы установления цены.

27. Регулирование цен в России и за рубежом.

### Шкала и критерии оценки доклада

Критерии	Показатели	Баллы
1. Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> <li>– соответствие теме доклада;</li> <li>– полнота и глубина раскрытия основных понятий;</li> <li>– умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;</li> <li>– умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.</li> </ul>	70
2. Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> <li>– круг, полнота использования литературных источников по теме;</li> <li>– привлечение новейших работ (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).</li> </ul>	15
3. Изложение	– литературный стиль.	15

Доклад оценивается по 100 балльной шкале, баллы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:

90 – 100 баллов – «отлично»;

70 – 89 баллов – «хорошо»;

50 – 69 баллов – «удовлетворительно»;

менее 50 баллов – «неудовлетворительно».

### Шкала и критерии оценки реферата (эссе)

Критерии	Показатели	Баллы
1. Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> <li>– актуальность проблемы и темы;</li> <li>– новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;</li> <li>– наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.</li> </ul>	20
2. Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> <li>– соответствие плана теме реферата (доклада);</li> <li>– соответствие содержания теме и плану;</li> <li>– полнота и глубина раскрытия основных понятий;</li> <li>– обоснованность способов и методов работы с материалом;</li> <li>– умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;</li> <li>– умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.</li> </ul>	30

Критерии	Показатели	Баллы
3. Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> <li>– круг, полнота использования литературных источников по теме;</li> <li>– привлечение новейших работ (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).</li> </ul>	20
4. Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> <li>– правильное оформление ссылок на используемую литературу;</li> <li>– грамотность и культура изложения;</li> <li>– владение терминологией и понятийным аппаратом;</li> <li>– соблюдение требований к объему работы;</li> <li>– культура оформления: выделение абзацев;</li> <li>– использование информационных технологий.</li> </ul>	15
5. Изложение	<ul style="list-style-type: none"> <li>– отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;</li> <li>– отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;</li> <li>– литературный стиль.</li> </ul>	15

Реферат оценивается по 100 балльной шкале, баллы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:

90 – 100 баллов – «отлично»;

70 – 89 баллов – «хорошо»;

50 – 69 баллов – «удовлетворительно»;

менее 50 баллов – «неудовлетворительно».

### 3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

#### БЛОК 1 – ПРОВЕРКА ЗНАНИЙ

##### Тестовые задания

##### Выбрать ОДИН правильный ответ

1.1. Затраты, непосредственно относимые к конкретной единице выпускаемой продукции: ( ПК-3.ПКМ-3.И-1.3-1)

- a. косвенные
- b. прямые
- c. переменные
- d. постоянные
- e. накладные

1.2. Тарифы на грузовые перевозки автомобильным транспортом: . ( ПК-3.ПКМ-3.И-1.3-2)

- a. свободные
- b. регулируемые
- c. регулируемые Правительством РФ
- d. регулируемые Министерством транспорта РФ

1.3. Мировые цены, объективно отражающие конъюнктуру рынка: ( ПК-3.ПКМ-3.И-2.3-1)

- a. цены предложений
- b. цены фактических сделок
- c. цены преysкурантов
- d. цены каталогов

е. цены проспектов

1.4. Основной метод определения таможенной стоимости: (ПК-3.ПКМ-3.И-2.3-1)

- а. по стоимости сделки с идентичными товарами
- б. по стоимости сделки с ввозимыми товарами
- с. по стоимости сделки с однородными товарами
- д. метод сложения
- е. метод вычитания

1.5. Нижний предел цен на водку: (ПК-3.ПКМ-3.И-1.3-2)

- а. установлен
- б. не установлен
- с. установлен при определенной крепости водки
- д. установлен при определенных условиях реализации

**Выбрать ВСЕ правильные ответы (больше одного)**

1.6. Стратегия низких цен успешна, если: (ПК-3.ПКМ-3.И-1.3-1)

- а. жизненный цикл товара значителен
- б. емкость рынка товара большая
- с. финансовое положение фирмы неустойчивое
- д. жизненный цикл товара незначителен
- е. спрос на товар эластичен

1.7. Налоги, являющиеся структурными элементами цены: (ПК-3.ПКМ-3.И-1.3-2)

- а. налог на имущество организации
- б. акциз
- с. транспортный налог
- д. НДС

1.8. Структурные элементы торговой надбавки: (ПК-3.ПКМ-3.И-1.3-2)

- а. прибыль
- б. НДС
- с. издержки обращения
- д. акциз

1.9. В свободную розничную цену подакцизного товара включены (ПК-3.ПКМ-3.И-2.3-1)

- а. себестоимость
- б. прибыль
- с. свободная отпускная цена (без НДС)
- д. НДС
- е. торговая надбавка

1.10. Затраты, отнесенные к переменным, это: (ПК-3.ПКМ-3.И-1.3-1)

- а. стоимость сырья и материалов
- б. цеховые расходы
- с. амортизация оборудования
- д. коммерческие расходы
- е. заработная плата производственных рабочих

**БЛОК 2 – ПРОВЕРКА УМЕНИЙ**

2.1. Согласно методике ценообразования и тарификации, установите соответствие между налогами, как частью цены товара, и их видами. (ПК-3.ПКМ-3.И-1.У-1)

1. Прямые налоги, не уплачиваемые в цене товара и не включаемые в тариф	a. Земельный налог
2. Косвенные налоги, уплачиваемые в цене товара или включаемые в тариф	b. Налог на имущество организаций
	c. Налог на добавленную стоимость
	d. Транспортный налог
	e. Акцизы
	f. Налог на прибыль организации

2.2. Согласно методике ценообразования, отметьте затраты (виды работ), включаемые в цену продукции при разных видах международных сделок (ПК-3.ПКМ-3.И-1.У-1)

Наименование проводимых работ (действий) участниками торговых сделок	СИФ	КАФ	ФОВ	ФАС
Продавец доставляет товар к судну				
Продавец фрахтует судно до места назначения перевозимого груза				
Продавец оплачивает фрахт				
Продавец доставляет груз на борт судна				
Покупатель фрахтует судно				
Продавец страхует груз до места назначения				
Покупатель страхует груз до места назначения				

2.3. Согласно методике ценообразования на предприятиях, установите соответствие между жизненным циклом продукта и чувствительностью к цене потребителей (ПК-3. ПКМ-2.И-1.У-1)

1. Стадия разработки и вступления товара на рынок	A. наиболее чувствительные к цене потребители
2. Стадия роста	B. наименее чувствительные к цене потребители
3. Стадия зрелости	C. потребители весьма чувствительны к цене
4. Стадия падения и исчезновения с рынка	D. потребители незначительно чувствительны

2.4. Ознакомьтесь с исходными данными для установления цены на продукцию предприятия. Найдите ошибки в применении методики ценообразования и заполните столбец 4 верными результатами.

Предприятие производит и реализует продукцию одного вида в количестве 500 шт. Цена реализации изделия – 130 руб. Маркетинговые исследования показали, что можно увеличить объем реализации на 10 % – до 550 шт. изделий при незначительном снижении цены. Поскольку производственные мощности позволяют увеличить объем выпуска, необходимо определить выручку предприятия при снижении цены – на 5 руб. и на 10 руб. на 01.01. – 500 тыс.руб на 01.02. – 410 тыс.руб. (ПК-3.ПКМ-3.И-2.У-2)

Цена изделия, руб.	Объем реализации, шт.	Выручка, руб.	Выручка, руб
130	500	65000	

125	550	65500	
120	550	63000	

### БЛОК 3 – ПРОВЕРКА НАВЫКОВ (ПК-3.ПКМ-3.И-1.В-1;ПК-3.ПКМ-3.И-2.В-1)

Установите оптовую цену закупки, исходя из следующих данных: оптовая от-пускная цена составила 10000 руб., издержки обращения посредника равны 700 руб. на единицу товара, планируемая посредником рентабельность составляет 50 %, налог на добавленную стоимость для посредника – 18 %.

#### Методические рекомендации к процедуре оценивания

Оценка результатов обучения по дисциплине, характеризующих сформированность компетенции проводится в процессе промежуточной аттестации студентов посредством контрольного задания. При этом процедура должна включать последовательность действий, описанную ниже.

1. Подготовительные действия включают:

Предоставление студентам контрольных заданий, а также, если это предусмотрено заданием, необходимых приложений (формы документов, справочники и т.п.);

Фиксацию времени получения задания студентом.

2. Контрольные действия включают:

Контроль соблюдения студентами дисциплинарных требований, установленных Положением о промежуточной аттестации обучающихся и контрольным заданием (при наличии);

Контроль соблюдения студентами регламента времени на выполнение задания.

3. Оценочные действия включают:

Восприятие результатов выполнения студентом контрольного задания, представленных в устной, письменной или иной форме, установленной заданием.

Оценка проводится по каждому блоку контрольного задания по 100-балльной шкале.

Подведение итогов оценки компетенции и результатов обучения по дисциплине с использованием формулы оценки результата промежуточной аттестации и шкалы интерпретации результата промежуточной аттестации.

Оценка результата промежуточной аттестации выполняется с использованием формулы:

$$P = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{3},$$

где  $P_i$  – оценка каждого блока контрольного задания, в баллах

#### Шкала интерпретации результата промежуточной аттестации (сформированности компетенций и результатов обучения по дисциплине)

Результат промежуточной аттестации (P)	Оценка сформированности компетенций	Оценка результатов обучения по дисциплине	Оценка ECTS
От 0 до 36	Не сформирована.	Неудовлетворительно (не зачтено)	F (не зачтено)
<b>«Безусловно неудовлетворительно»:</b> контрольное задание выполнено менее, чем на 50%, преимущественная часть результатов выполнения задания содержит грубые ошибки, характер которых указывает на отсутствие у обучающегося знаний, умений и навыков по дисциплине, необходимых и достаточных для решения профессиональных задач, соответствующих этапу формирования компетенции.			
От 37 до 49	<b>Уровень</b>	<b>владения</b>	Неудовлетворительно FX (не зачтено)

Результат промежуточной аттестации (Р)	Оценка сформированности компетенций	Оценка результатов обучения по дисциплине	Оценка ECTS
	компетенцией недостаточен для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	(не зачтено)	
<b>«Условно неудовлетворительно»:</b> контрольное задание выполнено не менее, чем на 50%, значительная часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на недостаточный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, необходимыми для решения профессиональных задач, соответствующих компетенции.			
От 50 до 59	Уровень владения компетенцией посредственен для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Удовлетворительно (зачтено)	E (зачтено)
<b>«Посредственно»:</b> контрольное задание выполнено не менее, чем на 50%, большая часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на посредственный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, но при этом позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые профессиональные задачи.			
От 60 до 69	Уровень владения компетенцией удовлетворителен для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Удовлетворительно (зачтено)	D (зачтено)
<b>«Удовлетворительно»:</b> контрольное задание выполнено не менее, чем на 60%, меньшая часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на посредственный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, но при этом позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые профессиональные задачи.			
От 70 до 89	Уровень владения компетенцией преимущественно высокий для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Хорошо (зачтено)	C (зачтено)
<b>«Хорошо»:</b> контрольное задание выполнено не менее, чем на 80%, результаты выполнения задания содержат несколько незначительных ошибок и технических погрешностей, характер которых указывает на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине и позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые и ситуативные профессиональные задачи.			
От 90 до 94	Уровень владения компетенцией высокий для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Отлично (зачтено)	B (зачтено)
<b>«Отлично»:</b> контрольное задание выполнено в полном объеме, результаты выполнения задания содержат одну-две незначительные ошибки, несколько технических погрешностей, характер которых указывает на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине и позволяет сделать вывод о готовности обучающегося эффективно решать типовые и ситуативные профессиональные задачи, в том числе повышенного уровня сложности.			
От 95 до 100	Уровень владения компетенцией превосходный	Отлично (зачтено)	A (зачтено)

Результат промежуточной аттестации (Р)	Оценка сформированности компетенций	Оценка результатов обучения по дисциплине	Оценка ECTS
	для ее формирования в результате обучения по дисциплине.		
«Превосходно»: контрольное задание выполнено в полном объеме, результаты выполнения задания не содержат ошибок и технических погрешностей, указывают как на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, позволяют сделать вывод о готовности обучающегося эффективно решать типовые и ситуативные профессиональные задачи, в том числе повышенного уровня сложности, способности разрабатывать новые решения.			

### 3.3. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Материалы для текущего контроля фонда оценочных средств разработаны в соответствии рабочей программой дисциплины и основной профессиональной образовательной программой.

#### Примеры кейсов

Предприятие «Малыш» производит продукты для детского питания. До кризиса 2020 года предприятие не испытывало конкуренции на рынке и не имело проблем со сбытом. Ассортимент составляли традиционные молочные смеси, фруктовые, овощные и иные добавки к детскому питанию. Однако в кризисный период предприятие оказалось на грани банкротства. Выход из кризиса был найден, и предприятие смогло «встать на ноги». В то же время было решено при сохранении структуры ассортимента привлекать потребителя доступными ценами, подчеркивая «натуральность и качество» сырья, производимого на территории страны, а также улучшить качество и внешний вид упаковки. Наибольший спрос на рынке имеют фруктовые и овощные смеси, объем их продаж держится на уровне 100 000 литров в год (объем одной баночки составляет 0,25 л). Переменные затраты на одну баночку составляют 40 руб. Уровень планируемой рентабельности на все виды продукции - 25%. Приемлемыми считаются цены от 43 до 47 руб. за баночку. Предприятие также решило вывести на рынок новый продукт - детские крекеры. Исследования рынка показали их востребованность, однако данную потребность вполне может удовлетворить и низкокалорийное печенье. В то же время эластичность спроса по цене признана высокой, поскольку большинство семей с детьми подобные покупки совершают часто и в семейном бюджете они составляют значительную величину.

Вопросы и задания:

Рассчитайте цены на указанные продукты методом «полных затрат», если переменные затраты на упаковку крекеров составят 12 руб. планируемый объем сбыта - 500 000 упаковок, сумма постоянных затрат - 15 000 000 руб.

Будут ли крекеры конкурентоспособным продуктом, если рыночные цены на аналогичное печенье составляют от 27 до 32 руб.

Используя метод маржинальных затрат рассчитайте новые цены на предложенные виды продукции при условии сохранения объема прибыли.

Какие ценовые стратегии могут быть использованы при внедрении на рынок детских крекеров?

Дайте характеристику возможных целевых групп потребителей и определите особенности формирования цен для каждой из них.

#### Критерии оценки работы на практическом занятии

Критерии	Максимальное количество баллов за занятие
Решение задач, кейсов, заданий	

Верно выполненное практическое задание	5 баллов
--	----------

### Тестовые задания по дисциплине по теме 5

1. Итальянская компания — производитель ювелирной продукции, реализуемой с использованием стратегии «снятия сливок», выходит на рынок Дании, на котором эластичность спроса по цене достаточно высока. Компании необходимо:
  - а) увеличить объем продаж, незначительно снизив цену;
  - б) сохранить объем продаж, сохранив уровень цены;
  - в) снизить объемы реализации, повысив цену;
  - г) провести промоушн-акцию, нацеленную на потребителей и розничных продавцов.
  
2. Компания Nivea, известный западногерманский производитель парфюмерно-косметической продукции, выпустила новый дневной крем для кожи лица, основанный на экологически чистых компонентах. Рынки Западной Европы перенасыщены подобной продукцией. Компания решила начать работу на рынках Центральной Европы. Какую ценовую стратегию она должна принять, если ориентируется на покупателей со средним уровнем дохода:
  - а) стратегию жизненного цикла товара;
  - б) стратегию проникновения;
  - в) стратегию престижных цен;
  - г) стратегию конкурентных цен.
  
3. На внешних рынках международные компании — производители товаров рыночной новизны используют ценовую стратегию «снятия сливок», для которой характерна максимально высокая планка цены, обусловленная уникальностью продукции и отсутствием на рынке товаров-аналогов. К какой группе стратегий относится ценовая стратегия «снятия сливок»:
  - а) пионерных;
  - б) стандартных;
  - в) договорных с правительством;
  - г) адаптационных.
  
4. Стратегия высоких цен успешна, когда:
  - а) высокая цена не привлекает новых конкурентов
  - б) относительное большинство покупателей не реагирует на ценовую чувствительность
  - в) высокая цена привлекает некоторых конкурентов
  - г) большинство покупателей воспринимает цену как слишком высокую по отношению к экономической ценности
  
5. Стратегия низких цен эффективна, если:
  - а) фирма не имеет значительных производственных мощностей
  - б) товар имеет значительный жизненный цикл
  - в) потенциальные конкуренты имеют возможность для снижения цен
  - г) емкость рынка значительна
  - д) финансовое положение фирмы устойчивое
  
6. В качестве товара – «убыточного лидера» – выбираются:
  - а) товары, цены которых известны большинству покупателей.
  - б) товары, приобретаемые покупателями наиболее чувствительными к уровню цен
  - в) товары, цены которых не известны большинству покупателей
  - г) товары дорогостоящие
  
7. Выбор товара в качестве «убыточного лидера продаж» эффективен, когда:
  - а) прибыльность продаж высока
  - б) цена товара хорошо известна покупателям

- в) покупатель не реагирует на уровень цен
  - г) товар не пользуется спросом у населения
  - д) покупатель реагирует на уровень цен
8. Стратегия ценообразования «снятия сливок» применима при условии, что:
- а) товар новый
  - б) покупатели готовы приобрести новый товар по более высокой цене
  - в) товар принципиально новый
  - г) высокая цена не привлекает новых конкурентов
  - д) высокая цена привлекает новых конкурентов
  - е) конкурентное преимущество товара не имеет значения
9. Стратегия «ценового прорыва» рациональна для:
- а) престижных товаров
  - б) недорогих товаров
  - в) дорогих товаров
  - г) товаров разовых закупок
10. Стратегия высоких цен эффективна когда:
- а) высокая цена привлекает новых конкурентов
  - б) относительное большинство покупателей не реагируют на ценовую чувствительность
  - в) высокая цена не привлекает новых конкурентов
  - г) большинство покупателей воспринимают цену как слишком высокую относительно экономической ценности
11. При принятии ценовых решений маркетологи, как правило, не учитывают:
- а) затраты фирмы
  - б) данные о конкурентах
  - в) реальную ценность товара
  - г) реальную ценность товара и закономерность поведения покупателей
12. На данной стадии жизненного цикла товара используются методы, позволяющие компенсировать затраты, связанные с созданием и внедрением на рынок товаров
- а) внедрение
  - б) рост
  - в) зрелость
  - г) спад

#### Шкала и критерии оценки текущего тестирования

Число правильных ответов	Оценка
90-100% правильных ответов	Оценка «отлично»
70-89% правильных ответов	Оценка «хорошо»
50-69% правильных ответов	Оценка «удовлетворительно»
Менее 50% правильных ответов	Оценка «неудовлетворительно»