

**Тест для контроля знаний по дисциплине «Ценообразование»
на тему: «Сущность, функции и виды цены»**

1. Какое определение цены наиболее верно в современных условиях хозяйствования
Цена – денежное выражение стоимости товара
Цена – форма выражения ценности, полезности благ, проявляющаяся в процессе обмена
Цена – количество денег, за которое продавец согласен купить, а покупатель готов продать единицу товара или услуги
Цена – это количество денег, других товаров и услуг, величина процента, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги
2. Максимизация массы прибыли – это
Функция цены
Задача государственной ценовой политики
Задача ценовой политики фирмы
Задача ценовой стратегии фирмы
3. Какая функция цены исторически наиболее древняя
Функция стимулирования научно-технического прогресса
Учетно-измерительная функция
Функция балансировки спроса и предложения
4. В чем главное различие понятий «оптовые» и «розничные» цены
В наличии (отсутствии) розничной торговой организации
В размере партии продажи товара
В категории покупателя, ради которого организована продажа (население или организация)
5. Правильно ли перечислены рычаги ценового регулирования в порядке убывания степени их жесткости: предел норматива рентабельности, ценовые коэффициенты, предел торговой надбавки, верхний абсолютный предел цены
Да
Нет
6. Какое определение следует употребить в качестве синонима «контрактная цена»
Цена фактической сделки
Договорная цена
Цена равновесия
7. По какому товару понятия «цена изготовителя» и «оптовая цена закупки (приобретения)» совпадают
Уголь
Нефть
Запасные части для заказной продукции
8. Какие задачи призваны решать закупочные цены
Ограничение власти предприятий-монополистов
Обеспечение необходимой прибыли сельскохозяйственным производителям
Задачи государственной политики
9. Предприятие-производитель поставляет свою продукцию до порога предприятия-потребителя, находящегося от него через улицу. Как будет называться эта цена
Цена франко-отправления
Цена франко-назначения
Оба ответа неверны
10. С какой целью государство устанавливает нижний предел цены
Для решения социальных вопросов
Для обеспечения необходимой прибыли предприятия
В фискальных целях
11. Показателем какого типа рынка является биржевая котировка
Рынок продавца
Рынок покупателя

Оба ответа неверны

12. По какому товару продавец и покупатель скорее всего договорятся на условиях цены франко-отправления

Уголь

Нефть трубопроводом

Газ трубопроводом

Сложные конструкции

13. В структуру цены какого типа продукции государство в первую очередь включит акциз

С неэластичным спросом

С абсолютно не эластичным спросом

С эластичным спросом

14. Какое определение приемлемо для категории «торговая надбавка»

Это прямой налог

Это Косвенный налог

Акциз

Все ответы неверны

15. От чего зависят условия франко

От особенностей его транспортировки

От типа товара и государственной политики

От скидок и надбавок к цене

Все ответы верны

16. Основоположниками трудовой теории стоимости являются:

А.Маршалл

Аристотель и Ксенофонт

У.Петти, А.Смит

Д.Рикардо, П.Самуэльсон

17. Трудовая теория стоимости утверждала, что:

Цена товара это денежное выражение его стоимости

Цену товара и его стоимость нельзя приравнять

Цена товара определяется потребностью производителя

18. Согласно трудовой теории стоимости основой цены служат:

Затраты ресурсов на производство

Затраты труда

Затраты торговых посредников при реализации продукции

19. Отделил понятие стоимости от цены К.Маркс

Верно

Неверно

20. К.Маркс был сторонником

Теории предельной полезности

Теории цены

Трудовой теории стоимости

Теории факторов производства

21. Факторы производства – это

Экономические ресурсы, которые обеспечивают процесс производства

Причины изменения условий производства

Категория, показывающая, что целесообразно производить при имеющихся ресурсах

22. Теория факторов производства обосновывает стоимость товара исходя из:

Затрат труда

Затрат всех факторов производства

Потребности производителя

Доступности экономических ресурсов

23. Разработку теории факторов производства осуществляли:

А.Смит, Ж.Сей, Ф.Бастий

Маржиналисты

К.Маркс

У.Петти

24. Теория предельной полезности разработана представителями:

Классической политэкономии

Кембриджской школой

Монетаризма

Маржинализма

25. Теория предельной полезности раскрывает сущность стоимости исходя их:

Затрат труда, капитала, земли

Предельной полезности потребляемых товаров и услуг

Издержек производителя

Желания государства вмешаться в процесс рыночного ценообразования

26. А. Маршаллом разработана теория цены, в основе которой анализ спроса и предложения

Верно

Неверно

27. А. Маршалл уделял внимание совокупному спросу и предложению и предлагал определять ценность товара исходя из состояния макроэкономического равновесия

Верно

Неверно

28. По мнению представителей монетаризма на процесс ценообразования влияет:

Государственная политика в области экологии

Монетарная политика государства

Борьба государства с монополиями

Все ответы неверны

29. Представителями концепции монетаризма являются:

К.Менгер, А.Смит, А.Маршалл

Д.Кейнс

М.Фридмен, И.Фишер

Все ответы неверны

30. Цена выполняет следующие функции:

Функцию борьбы с монополиями

Функцию средства обращения

Учетную и распределительную функцию

Посредническую функцию

31. Выполняя измерительную функцию цена:

Участвует в распределении национального дохода

Выражает издержки производителя и затраты потребителя

Способствует производству товаров низкого качества

Регулирует спрос и предложение

32. Регулирующая функция цены выполняется только отдельными видами цен:

Верно

Неверно

33. При выполнении какой функции цена увеличивает потребление товаров по низким ценам и снижает по высоким:

Регулирующей

Измерительной

Контрольной

Никакие ответы не верны

34. Согласно распределительной функции посредством цены происходит распределение национального дохода между государством и населением:

Верно

Неверно

35. Функция сбалансирования спроса и предложения заключается в том, что:

Цена стимулирует производителя увеличить производство при высоких ценах, и при этом стимулирует потребителя снизить объем потребления.

Цена регулирует объем потребления

Цена стимулирует производителя уменьшить производство при высоких ценах, и при этом стимулирует потребителя увеличить объем потребления.

Все ответы неверны

36. Цена выполняет свои функции в условиях:

Только рыночной экономики

Плановой и смешанной экономической системы

Только плановой экономики, когда цены непосредственно устанавливаются государством

Все ответы неверны

37. Измерительную функцию выполняют только:

Розничные цены, выражая затраты потребителя

Мировые цены, обслуживающие мировой рынок

Оптовые цены

Все ответы верны

Все ответы не верны

38. Цена, выполняя распределительную функцию, участвует в:

Первичном распределении национального дохода

Вторичном распределении национального дохода

Не участвует в распределении национального дохода

39. Цена единственная распределительная категория

Верно

Неверно

40. Цена выполняет свои функции одновременно

Верно

Неверно

41. Система цен – это:

Механизм измерения цены

Взаимосвязь цены и качества

Совокупность методов установления цен

Совокупность всех видов цен

42. Цены можно классифицировать по следующим критериям:

В зависимости от масштаба рынка

В зависимости от способа установления

В зависимости от периода действия

Все ответы верны

43. Национальная цена это:

Цена импортного товара

Цена экспортируемого товара

Цена на внутреннем рынке

Цена товара на мировом рынке выраженная в национальной валюте

44. Розничная цена применяется торговым посредником:

Верно

Неверно

45. По сметной цене реализуется:

Любая продукция промышленности

Только услуги
Продукция сельскохозяйственных производителей
Все ответы неверны

46. Установление регулируемых цен в условиях плановой экономики
Возможно
Не возможно

47. По способу установления можно выделить следующие виды цен:
Твердые, регулируемые, публичные
Скользящие, подвижные
Прейскурантные и расчетные

48. Биржевая цена:
Выше рыночной
Ниже рыночной
Равна рыночной

49. Базисные условия поставки товаров характеризуют виды цен по
Степени государственного воздействия
Распределению риска и расходов, связанных с поставкой товара, между поставщиком и покупателем
Оба ответа верны

50. Чем меньше расходов по доставке принимает на себя покупатель по доставке товара, тем цена считается
Более полной
Менее полной
Не зависимой от распределения расходов по доставке между продавцом и покупателем

**Тест для контроля знаний по дисциплине «Ценообразование»
на тему: «Структура цены»**

1. Структура цены характеризует:
Расходы включаемые в себестоимость продукции
Выручку без НДС, которую получает предприятие при реализации продукции
Удельный вес всех элементов в цене товара
Все ответы неверны
2. В структуру цены включены:
Все налоги, уплачиваемые предприятием
Себестоимость и прибыль предприятия производителя
Только себестоимость и торговая надбавка
Все ответы верны
3. Себестоимость и прибыль предприятия образуют отпускную цену с НДС
Верно
Неверно
4. Налоги, включаемые в цену товара, относятся к группе
Прямых налогов
Косвенных налогов
Местных налогов
5. Оптовые посредники увеличивают цену товара за счет:
Снабженческо-сбытовой надбавки
Торговой надбавки
Акциза
Все ответы верны
6. Структура цены позволяет определить
Направления снижения себестоимости
Возможности увеличения прибыли
Степень конкурентоспособности продукции
Все ответы верны
7. В себестоимость продукции включаются все фактические расходы предприятия
Верно
Неверно
8. Производственную себестоимость образуют:
Косвенные расходы
Накладные расходы
Прямые расходы
Внутренние и внешние издержки
9. Расходы на рекламу продукции следует отнести к
Прямым расходам
Переменным расходам
Косвенным расходам
Нет верного ответа
10. В соответствие с методом «директ-костинг» учитываются
Все затраты
Только постоянные затраты
Прямые переменные затраты
Все ответы неверны
11. Элементом цены является только чистая прибыль предприятия
Верно
Неверно

12. Бухгалтерская прибыль равна
Разнице между выручкой и экономическими издержками
Разнице между валовым доходом и постоянными издержками
Разнице между выручкой и внешними издержками
13. Экономическая прибыль предприятия отличается от бухгалтерской
В большую сторону
В меньшую сторону
Не верны оба ответа, бухгалтерская прибыль равна экономической
14. При расчете экономической прибыли не учитываются внутренние издержки
Верно
Не верно
15. Прибыль отражается в структуре цены:
Как абсолютное значение прибыли предприятия
Как норма рентабельности, утвержденная государством
Как нормальная прибыль на единицу продукции
16. Снабженческо-сбытовые надбавки устанавливаются всегда органами власти
Верно
Не верно
17. Торговые надбавки устанавливают
Предприятия розничной торговли, а органы власти могут регулировать ее уровень
Органы власти субъекта РФ
Магазины
Оптовые посредники
18. Торговая надбавка как элемент цены включает:
Себестоимость продукции
Прибыль торгового посредника
Акциз
Все ответы верны
19. Расходы по доставке товара от оптового посредника к торговому отражаются
Торговой надбавке
Оптовой надбавке
В прибыли продавца
Все ответы верны
20. Единый социальный налог представляет собой:
Прямую надбавку к цене товара
Взносы в социальные внебюджетные фонды
Налог на торгового посредника
Налог на доход производителя
Все ответы неверны
21. Акцизы входят в структуру цены любого товара
Верно
Не верно
22. Ставки НДС на текущий момент:
20%, 15%, 10%
0%, 10%, 18%
18%, 10%
23. Величина торговой надбавки зависит:
Только от желания продавца
От себестоимости продукции
От налогов, уплачиваемых торговым посредником
От ситуации, которая складывается на рынке

24. Расходы, связанные с хранением товара включаются в такой элемент цены, как:

Торговая и снабженческо-сбытовая надбавка

Себестоимость продукции

Прибыль

Нет верных ответов

25. Величина ЕСН зависит от ФОТ и законодательно установленных ставок

Верно

Не верно

26. Возможно ли включение в себестоимость штрафов за нарушение налогового законодательства, выставленных предприятию

Да

Нет

27. Налог на имущество предприятия

Учитывается при определении структуры цены, поскольку влияет на результаты деятельности предприятия (прибыль)

Не учитывается при определении структуры цены, поскольку итак включается в себестоимость продукции

Не учитывается при определении структуры цены, поскольку влияет на цену товара косвенно

Все ответы неверны

28. Рост налога на прибыль предприятия увеличивает цену товара, поскольку налог на прибыль является элементом цены

Верно

Не верно

29. Норматив рентабельности, утвержденный государственными органами

Повлияет на структуру цены товаров монополий

Повлияет на структуру цены оптовых посредников

Никак не повлияет на структуру любой цены

30. Снижение ЕСН приведет :

К снижению цены товара, поскольку снизится себестоимость

К снижению цены товара, поскольку снизится торговая надбавка

К снижению цены товара, поскольку снизится надбавка оптового посредника

Все ответы верны

**Тест для контроля знаний по дисциплине «Ценообразование»
на тему: «Факторы ценообразования»**

1. Ценообразующими факторами являются:

Неценовые факторы спроса

Инфляция

Издержки производства

Все ответы верны

2. Факторы спроса характеризуют степень влияния спроса на цену

Верно

Неверно

3. Доходы потребителей и цена находятся:

В обратной зависимости

В прямой зависимости

Не зависят друг от друга

4. Увеличение спроса на товар приведет к тому, что торговые посредники начнут снижать розничные цены

тому, что торговые посредники начнут повышать розничные цены

Оба ответа неверны

5. Изменение во вкусах и предпочтениях потребителей является ценообразующим фактором

Верно

Не верно

6. Появление товара субститута более высокого качества приведет

к снижению цены товара, поскольку иначе он станет не конкурентоспособным

к увеличению цены товара, поскольку продавец будет стремиться к более высокой прибыли

к уменьшению цены товара до уровня цены товара субститута

Все ответы неверны

7. Цена на товар дополняющий является фактором ценообразования в связи с ее влиянием на изменение предложения товара

Верно

Не верно

8. Цена ресурсов является фактором

Влияющим на цену посредством влияния на спрос товара

Влияющим на цену посредством влияния на предложение товара

Инфляции, поскольку только при инфляции цена ресурсов увеличивается, что ведет к дальнейшему росту цен на товары

9. К ценообразующим факторам относят такие факторы:

Количество продавцов и потребителей товаров

Здоровье потребителей

Продолжительность жизни потребителей

Все факторы являются ценообразующими факторами

10. Эластичность спроса по цене показывает:

Реакцию спроса на изменение качества товара

Реакцию спроса на предложение при неизменных ценах

Реакцию спроса на изменение цены товара

11. В процессе ценообразования для более точного определения цены следует большее внимание уделять

Точечной эластичности спроса по цене

Дуговой эластичности спроса по цене

Оба ответа верны

12. Если спрос на товары первой необходимости уменьшается, то следует снизить цену товара, что сделает его более привлекательным и спрос возрастет

Не верно

Верно

13. Товар, спрос на который по цене является эластичным
Для потребителя будет товаром первой необходимости
Оценивается потребителем как не качественный

Будет расцениваться потребителем как роскошь

14. Перекрестная эластичность

Не учитывается в процессе ценообразования на комплементарные товары

Не учитывается в процессе ценообразования на товары субституты

Не влияет на цену товара вообще

Все ответы неверны

15. Чем выше степень монополизации рынка, тем выше цена товара, производимого монополией

Верно

Не верно

16. При проведении ценовой политики и установлении цены на свой товар любое предприятие должно:

Руководствоваться антимонопольным законодательством

Стремиться установить такую цену, которая в результате давала бы такой же уровень рентабельности как у монополии

Установить цену, рекомендуемую государственными органами

Все ответы неверны

17. Факторами инфляции, влияющими на процесс ценообразования, являются

Высокие ставки по кредитам

Величина денежной массы

Экономический рост (Рост ВВП)

Нет верных ответов

18. Антиинфляционная политика приводит к увеличению цен, поскольку все инструменты, используемые государством приводит к увеличению совокупного спроса и инфляции спроса.

Верно

Не верно

19. Государственное регулирование цен направлено

На снижение цен

На увеличение цен

На поддержание необходимого уровня цены

20. Методами государственного воздействия на цены являются

Принятие нормативных актов, законов и инструкций

Осуществление государственных закупок по определенным ценам

Проведение политики снижения налогов

Все ответы верны

**Тест для контроля знаний по дисциплине «Ценообразование»
на тему: «Взаимосвязь ценообразования и рыночной структуры»**

1. Для определения рыночной структуры учитывается:

Эластичность спроса по цене

Эластичность спроса по доходу

Количество производителей и продавцов на рынке

Уровень цен

Все ответы неверны

2. Барьеры для входа на рынок монополистической конкуренции

Отсутствуют

Существенные

Не существенные и часто связаны с использованием определенной марки, бренда или патента

Существенные в связи с тем, что на рынке действует монополист

3. Участники рынка совершенной конкуренции имеют равный доступ к информации

Верно

Не верно

4. Какое из следующих утверждений означает, что условия совершенной конкуренции не выполняются

Фирма находится в равновесии, когда ее предельный доход равен предельным издержкам

Кривая предельных издержек пересекает кривую средних издержек в точке, соответствующей минимальному значению АТС

Кривая спроса на продукт фирмы имеет отрицательный наклон

Кривая спроса на продукт фирмы – горизонтальная линия

5. Какой из следующих рынков больше всего соответствует условиям совершенной конкуренции

Стали

Услуг парикмахерских

Автомобилей

Акций и облигаций

Бензина

6. Понятие совершенной конкуренции предполагает, что:

Значительное число фирм, оперирующих в отрасли, выпускают стандартные товары

Имеется много покупателей, приобретающих этот товар по текущей цене

Все продавцы и покупатели имеют полную информацию о рынке

Имеется свободный вход на этот рынок и выход из него

Все предыдущие ответы верны

7. Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы

Имеет отрицательный наклон

Горизонтальная линия при данном уровне цены

Вертикальная линия при данном объеме предложения

Имеет положительный наклон

8. Если предельные издержки превышают средние издержки при объеме производства, максимизирующем прибыль, то фирма

Получает положительную прибыль

Выбирает объем производства, соответствующий точке, расположенной правее минимума кривой средних издержек

Не прекратит производства

Все ответы верны

9. Кривая предложения конкурентной фирмы на краткосрочных временных интервалах – это

Кривая предельных издержек

Линия цены товара

Снижающаяся часть кривой средних издержек

Часть кривой предельных издержек, расположенная выше кривой средних переменных издержек

Возрастающая часть кривой средних издержек

10. Если цена продукта недостаточна, чтобы покрыть средние затраты на его производство, то фирма должна

Остановить производство как можно скорее

Продолжать производство товаров на уровне, где $P=MC$, если $P>AVC$

Выбрать новую технологию

Сократить накладные расходы

11. В отрасли функционируют 1000 фирм. У каждой фирмы предельны издержки при производстве 5 единиц продукта в месяц составляют 2 дол., 6 единиц — 3 дол., 7 единиц — 5 дол. Если рыночная цена единицы продукта равна 3 дол., то отраслевой выпуск в месяц составит:

Не более 5000 единиц

5000 единиц

6000 единиц

7000 единиц

Более 7000 единиц

12. Если рыночная цена в предыдущем примере поднимется до 6 дол., то отраслевой выпуск в месяц составит:

Не более 5000 единиц

5000 единиц

6000 единиц

7000 единиц

Не менее 7000 единиц

13. В краткосрочном периоде конкурентная фирма, максимизирующая прибыль или минимизирующая убытки, не будет продолжать производства, если:

Цена продукта ниже минимальных средних издержек

Средние постоянные издержки выше цены продукта

Цена продукта ниже минимума средних переменных издержек

Цена продукта ниже предельных издержек

Общий доход не покрывает общих издержек фирмы

14. Какое из следующих определений наиболее точно соответствует понятию «нормальная прибыль»?

Прибыль, получаемая фирмой при $MC=MR$

Прибыль, получаемая типичной фирмой в отрасли

Прибыль, которую фирма получила бы при нормальном ведении дел

Минимальная прибыль, необходимая для того, чтобы фирма оставалась в пределах данного направления деятельности

Прибыль, обеспечивающая предпринимателю комфортный уровень жизни.

15. Конкурентная фирма максимизирует прибыль при таком объеме производства, когда:

15.1. Расстояние (по вертикали) между кривыми общего дохода и общих издержек наибольшее

15.2. Наклон кривой общего дохода равен наклону кривой общих издержек

15.3. Предельный доход равен предельным издержкам

15.4. Цена продукта равна предельным издержкам

15.5. Все предыдущие ответы верны

16. Кривая предложения на долгосрочных временных интервалах для:

16.1. Отрасли с возрастающими издержками — вертикальная линия

16.2. Отрасли с постоянными издержками — имеет отрицательный наклон

16.3. Отрасли с убывающими издержками — горизонтальная линия

16.4. Отрасли с постоянными издержками — вертикальная линия

16.5. Все предыдущие ответы неверны

17. Экономическая прибыль:

17.1. Не может иметь место на конкурентном рынке в долгосрочном периоде

17.2. Эквивалентна нормальной бухгалтерской прибыли

17.3. Имеет место всякий раз, когда общие издержки превышают общий доход фирмы

17.4. Существует всегда, когда предельный доход превышает предельные издержки

17.5. Все предыдущие ответы неверны

18. Рост экономической прибыли на конкурентном рынке не способствует:
- 18.1. Расширению производства в действующих фирмах
 - 18.2. Притоку в отрасль новых фирм
 - 18.3. Повышению рыночной цены продукта**
 - 18.4. Повышению цен на используемые ресурсы
 - 18.5. Возникновению сил, которые постепенно сведут эту прибыль к нулю
19. Если предприятие получает положительную экономическую прибыль в краткосрочном периоде на рынке совершенной конкуренции, то
- 19.1. $P=MR>ATC$**
 - 19.2. $P>MR>ATC$
 - 19.3. $P=MR<ATC$
20. Если предприятие не получает экономической прибыли на рынке совершенной конкуренции, то
- 20.1. $P=MR>ATC$
 - 20.2. $P>MR=ATC$
 - 20.3. $P=MR=ATC$**
21. На рынке совершенной конкуренции предприятие может получить экономический убыток
- 21.1. Только в долгосрочном периоде времени
 - 21.2. В краткосрочном периоде времени**
 - 21.3. Всегда будет прибыль
 - 21.4. Оба ответа неверны
22. В условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде предприятие
- 22.1. Может получить как экономическую прибыль, так и убыток
 - 22.2. Всегда положительную экономическую прибыль
 - 22.3. Получает нулевую экономическую прибыль**
 - 22.4. Все ответы неверны
23. Если цена товара упадет ниже точки безубыточности, то предприятие получит экономическую прибыль
- 23.1. Верно
 - 23.2. Неверно**
24. Ситуация $P=MR<ATC$ характеризует
- 24.1. Прибыльную деятельность предприятия при совершенной конкуренции
 - 24.2. Экономический убыток при совершенной конкуренции в долгосрочном периоде
 - 24.3. Экономический убыток в краткосрочном периоде времени**
 - 24.4. Все ответы неверны
25. Стратегия минимизации убытка применима при
- 25.1. Убыточной деятельности в долгосрочном периоде на рынке совершенной конкуренции
 - 25.2. Убыточной деятельности в краткосрочном периоде на рынке совершенной конкуренции**
 - 25.3. Убыточной деятельности на рынке чистой монополии
 - 25.4. Убыточной деятельности на олигопольном рынке
26. Появление новых конкурентов на рынке совершенной конкуренции в долгосрочном периоде приводит к снижению экономической прибыли до нуля
- 26.1. Верно**
 - 26.2. Неверно
27. На рынке совершенной конкуренции производители и продавцы
- 27.1. Существенно влияют на рыночную цену товара
 - 27.2. Влияют на цену товара только в краткосрочном периоде
 - 27.3. Не могут существенно повлиять на рыночную цену товара**
 - 27.4. Все ответы неверны
28. В целях снижения цены продавцы на рынке совершенной конкуренции будут стараться снижать издержки
- 28.1. Верно**
 - 28.2. Неверно

29. Существование барьеров на пути вступления на рынок монополистической конкуренции объясняется
- 29.1. Существованием крупных производителей и продавцов
- 29.2. Наличием патентов только у отдельных производителей и продавцов**
- 29.3. Существованием абсолютно однородных товаров
- 29.4. Все ответы верны
30. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции рассматривается только
- 30.1. В краткосрочном периоде
- 30.2. В долгосрочном периоде
- 30.3. Оба ответа неверны**
31. Кривая спроса на рынке монополистической конкуренции является прямой линией
- 31.1. Верно
- 31.2. Неверно**
32. Цена на рынке совершенной конкуренции
- 32.1. Ниже, чем на рынке монополистической конкуренции**
- 32.2. Выше, чем на рынке монополистической конкуренции
- 32.3. Равна цене, которая складывается на рынке монополистической конкуренции
33. На рынке монополистической конкуренции получение положительной экономической прибыли возможно
- 33.1. Только в краткосрочном периоде времени
- 33.2. Только в долгосрочном периоде времени**
- 33.3. Оба ответа неверны
34. Продукция на рынке монополистической конкуренции дифференцированная, поэтому цена на нее будет ниже, чем на однородную продукцию
- 34.1. Верно
- 34.2. Неверно**
35. Производители на рынке совершенной конкуренции увеличивают спрос посредством
- 35.1. Снижения цены**
- 35.2. Увеличения цены
- 35.3. Рекламирая свою продукцию
36. На рынке монополистической конкуренции увеличить спрос возможно путем
- 36.1. Сокрытия подлинных свойств товара
- 36.2. Рекламирвания собственной марки**
- 36.3. Снижения цены
- 36.4. Все ответы неверны
37. Свободный вход на рынок монополистической конкуренции не позволяет производителям и продавцам получать положительную экономическую прибыль
- 37.1. Верно**
- 37.2. Неверно
38. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции зависит от
- 38.1. Издержек производителя
- 38.2. Дифференциации товаров
- 38.3. Качества товара
- 38.4. Все ответы верны**
39. Модель олигополии Бертрана – это модель, которая предполагает
- 39.1. Приспособление к конкурентам
- 39.2. Деятельность в соответствии с соглашением между конкурентами
- 39.3. Войну цен**
- 39.4. Все ответы верны
40. На олигопольном рынке ценообразование зависит только от цены конкурента
- 40.1. Верно
- 40.2. Неверно**

41. Война цен приводит к ситуации, когда
- 41.1. Конкуренты у условиях олигопольного рынка смогут увеличить рыночную цену товара
- 41.2. Конкуренты у условиях олигопольного рынка смогут понизить спрос на товар
- 41.3. Конкуренты назначат цену исходя из равенства $P=MC=AC$**
- 41.4. Все ответы неверны
42. Модель олигополии Курно
- 42.1. Показывает рыночное равновесие при учете объема производства конкурента**
- 42.2. Показывает, что объем производства одного предприятия равен объему производства другого предприятия
- 42.3. Показывает равенство цен на продукцию конкурентов
- 42.4. Все ответы верны
43. Предприятие, действующее на рынке чистой конкуренции не имеет собственной кривой предложения
- 43.1. Верно**
- 43.2. Неверно
44. Ценообразование на рынке чистой монополии зависит от
- 44.1. Платежеспособного спроса потребителей продукции монополии**
- 44.2. Цены на продукцию конкурента
- 44.3. Качества обслуживания потребителей
- 44.4. Издержек монополиста
45. Монополист работает всегда на участке
- 45.1. Эластичного спроса**
- 45.2. Неэластичного спроса
- 45.3. Единичной эластичности спроса
46. Предприятие в долгосрочном периоде на рынке чистой монополии
- 46.1. Может получить как экономическую прибыль, так и убыток
- 46.2. Всегда получит экономическую прибыль**
- 46.3. Получит обязательно экономический убыток
47. Предприятие в краткосрочном периоде на рынке чистой монополии
- 47.1. Может получить как экономическую прибыль, так и убыток**
- 47.2. Получит нулевую экономическую прибыль
- 47.3. Получает убыток
48. Цены на товары и услуги естественных монополий складываются аналогично ценам на товары рынка монополистической конкуренции
- 48.1. Верно
- 48.2. Неверно**
49. Ценообразование на рынке чистой монополии зависит
- 49.1. Только от спроса и предложения на товар
- 49.2. От государственной антимонопольной политики**
- 49.3. От дифференциации продукции
- 49.4. Все ответы верны
50. Цены на товары естественных монополий регулирует государство
- 50.1. Верно**
- 50.2. Неверно

**Тест для контроля знаний по дисциплине «Ценообразование»
на тему: «Ценовая политика предприятия»**

1. Ценовая политика предприятия строится на основании следующих принципов

- Принцип непрерывности
- Принцип целевой направленности
- Принцип научности
- Принцип самостоятельности

Все ответы верны

2. Цель ценовой политики состоит только в
Установлении минимальной цены для стимулирования спроса
Получении максимальной прибыли
Обеспечении рентабельности предприятия

Все ответы неверны

3. В результате ценовой политики должны быть обоснованы уровень и система действующих цен

Верно

Неверно

4. Решение каких-либо экономических или социальных задач отражает

- Принцип непрерывности ценообразования
- Принцип комплексного подхода к ценообразованию

Принцип целевой направленности цен

Все ответы верны

5. Краткосрочная максимизация прибыли
Является целью ценовой политики предприятия
Является целью экономической политики предприятия
Является целью сбытовой политики предприятия

Все ответы верны

6. Улучшение качества продукции не может быть целью ценовой политики

Верно

Неверно

7. Для восстановления позиций предприятия на рынке
Ценовая политика не может помочь, поскольку приведет к снижению цен
Ценовая политика должна предусматривать изменение в структуре цены доли налогов
Ценовая политика должна реализовываться с участием органов государства

Все ответы неверны

8. Такая цель ценовой политики как «снятие сливок» предусматривает

- Установление цен на уровне цен конкурентов
- Установление высоких цен и последующее их снижение**
- Установление низких цен с целью охвата большего количества потребителей

Все ответы верны

9. Этапами разработки ценовой политики являются

- Выбор целей
- Анализ существующего уровня цен
- Формирование механизма корректировки цен

Все ответы верны

10. При выборе модели расчета уровня цен на конкретный товар учитывается

Цель ценовой политики

- Ассортимент продукции
- Структура рынка

Все ответы неверны

11. При определении уровня цены базовым элементом для расчета может быть
Цена приемлемая для покупателя
Средняя сумма издержек на единицу продукции
Валовая прибыль на единицу продукции

Все ответы верны

12. При формировании цены не следует учитывать жизненный цикл товара
Верно

Неверно

13. Стадий жизненного цикла товара
Две

Три

Четыре

Все ответы неверны

14. Политика «снятия сливок» возможна на стадии _____ жизненного цикла товара
На стадии падения

Вступления на рынок

Стадии зрелости

Все ответы неверны

15. При разработке стратегии ценообразования обязательно предусматриваются скидки
Верно

Неверно

16. При разработке тактики ценообразования могут быть предусмотрены скидки

Верно

Неверно

17. Инструментами ценовой тактики являются

Компенсации

Гарантии

Подарки

Все ответы верны

18. Какая скидка может быть предоставлена при покупке большой партии товара

Сезонная скидка

Розничная скидка

Скидка для пенсионеров

Оптовая скидка

19. Если на основной товар устанавливается низкая цена, а на товар дополняющий высокая, то это означает, что в ценовой тактике использован такой инструмент как

Отвлечение

Компенсация

Приманка

Премии

20. Основными этапами разработки ценовой стратегии являются

Сбор информации, проведение стратегического анализа и непосредственное формирование стратегии

Сегментный анализ рынка и анализ конкурентов

Определение стратегических целей

Все ответы верны

21. Состав покупателей определяется при разработке ценовой стратегии в рамках сегментного анализа рынка

Верно

Неверно

22. Маркетинговая стратегия

Не связана с ценовой стратегией предприятия

Уточняется при разработке ценовой стратегии

Должна соответствовать ценовой стратегии

Все ответы верны

23. Суть стратегии высоких цен заключается

В установлении цены выше издержек

В установлении высоких цен, но приемлемых для потенциальных потребителей

В установлении цен в соответствие с ценой лидера в отрасли

Нет правильного ответа

24. Стратегия низких цен применяется при:

Высоких издержках

Высоком качестве

Стремлении к долгосрочной высокой прибыли

Банкротстве

25. Дискриминационные цены возможно установить для неосведомленных потребителей

Верно

Неверно

26. Стратегия ценового лидерства применяется на рынке

Монопольном

Олигопольном

Совершенной (чистой) конкуренции

На всех рынках

27. Стратегия премиального ценообразования осуществляется с целью

Повышения рентабельности за счет более высоких объемов продаж

Повышения качества продукции

Снижения затрат на реализацию продукцию

Все ответы верны

28. Стратегия психологических цен предполагает установление округленных цен

Верно

Неверно

29. Стратегия единых цен не может быть использована на рынке совершенной конкуренции

Верно

Неверно

30. Стратегия престижных цен используется при установлении цены на

Дорогие эластичные товары

Дешевые товары

Однородные, одинаковые товары

Все ответы неверны

**Тест для контроля знаний по дисциплине «Ценообразование»
на тему: «Методы ценообразования»**

1. Существует _____ группы методов ценообразования
Две
Три
Четыре
2. К психологическим методам ценообразования относят
Метод баллов
Метод прямых издержек
Метод ценовых подарков
Все ответы верны
3. К расчетным методам ценообразования относят
Затратные методы
Метод определения цены по эластичности спроса
Метод регрессии
Все ответы неверны
4. Метод формирования цен на основе всех затрат включается в группу
Рыночных методов
Расчетных методов
Психологических методов
Прочих методов
5. Метод нормативных издержек учитывает
Только прямые издержки
Отклонение фактических затрат от нормативных
Только нормируемые затраты
Все ответы неверны
6. Метод баллов учитывает экспертную оценку параметров товара
Верно
Неверно
7. Метод, который состоит в установлении зависимости цены от нескольких величин параметрического ряда называется
Агрегатный метод
Метод расчленения цен
Метод регрессии
Все ответы неверны
8. Метод прямых издержек предполагает, что косвенные издержки относятся на финансовый результат и покрываются за счет чистой прибыли
Верно
Неверно
9. Для какого типа продукции целесообразно использование параметрических ценовых методов?
Для взаимозаменяемой.
Для дополняемой.
Для аналогичной.
Для аналогичной с количественно определяемыми параметрами.
10. Для какого типа продукции возможно использование балльного (экспертного) метода ценообразования?
Для аналогичной продукции производственно-технического назначения.
Для взаимозаменяемой потребительской продукции
Оба ответа неверны

11. Для какой ситуации уровень цены, полученный расчетным методом, вероятно, совпадет с ценой фактической сделки?

Если продавец товара — монополист.

Если рынок данного товара конкурентный.

12. Какой метод правомерно использовать для стимулирования сбыта продукции?

Метод полных издержек.

Метод прямых издержек.

Метод ценовых «комплектов».

13. Какое требование обязательно должно соблюдаться при использовании метода ценовых подарков?

Характер подарка должен быть ориентирован на потребителя основного товара.

Характер подарка должен быть ориентирован на покупателя основного товара.

В качестве товара-подарка целесообразно использовать продукцию, не имеющую спроса.

14. Для каких видов продукции возможно использовать метод расчленения цен?

14.1. Для элементарных продуктов питания.

14.2. Для стандартных видов сырья.

14.3. Для сложной бытовой техники.

15. Полная себестоимость отличается от производственной себестоимости:

15.1. На величину коммерческих расходов.

15.2. На величину прибыли предприятия-производителя.

15.3. На величину расходов по оплате труда.

16. Издержки производства (или себестоимость) — это:

16.1. Расходы, связанные с содержанием производственного оборудования.

16.2. Сумма всех затрат на производство продукции.

16.3. Сумма денег, получаемая изготовителем при реализации продукции.

17. Издержки обращения — это:

17.1. Затраты посреднических организаций.

17.2. Затраты по транспортировке.

17.3. Затраты на производство товара.

18. Подразделение затрат, входящих в себестоимость, на условно-постоянные и условно-переменные связано с их зависимостью:

18.1. От изменения объемов производства.

18.2. От их удельного веса в составе себестоимости.

18.3. От стадии завершенности производства.

19. При подсчете полной себестоимости конкретного вида изделий косвенные расходы:

19.1. Не учитываются.

19.2. Непосредственно относятся на те виды продукции, с производством которой они связаны.

19.3. Распределяются между изделиями на их себестоимость пропорционально определенным критериям.

20. Образование цены по методу полных затрат состоит:

20.1. В исчислении суммы прямых и косвенных затрат по конкретному виду продукции и добавлении к ней определенной величины прибыли

20.2. В исчислении суммы только прямых затрат и добавлении к ней определенной величины прибыли, из сумм которой потом погашаются косвенные расходы

20.3. В исчислении суммы расходов на весь ассортимент выпускаемой продукции с последующим подразделением ее по видам