

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Емельянов Сергей Геннадьевич

Должность: ректор

Дата подписания: 07.07.2025 22:31:01

Уникальный программный ключ:

9ba7d3e34c012eba476ffd2d064cf2781953be730df2374d16f3c0ce536f0fc6

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

Кафедра региональной экономики и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ:

**Заведующий кафедрой
региональной экономики и
менеджмента**

(наименование кафедры полностью)


(подпись)

Ю.С. Положенцева

« 27 » 06 2025 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

**для текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации обучающихся
по дисциплине**

Стратегии рыночного поведения

(наименование дисциплины)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование ОПОП ВО)

Курск – 2025

1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ КОЛЛОКВИУМА

Тема 1. «Формы рыночного и нерыночного поведения организаций. Особенности поведения организации и ценообразования в различных типах рыночных структур»

1. Особенности рыночной экономики.
2. Организация как субъект рыночной экономики.
3. Рынок. Рыночное поведение.
4. Основные элементы рыночного поведения.
5. Типы конкурентного поведения.
6. Нерыночное поведение организаций.
7. Особенности поведения организации и ценообразования в различных типах рыночных структур.
8. Основы управления себестоимостью на предприятии.
9. Экономическая сущность цены.
10. Теоретические подходы к экономической сущности цены. Теоретические аспекты цены.
11. Основные направления познания экономической природы цены. Маржинальная теория цены. Подходы к понятию стоимости.
12. Понятие функции цены. Учетная функция, стимулирующая, распределительная, балансирование спроса и предложения. Функция цены как критерия рационального размещения производства.
13. Основные принципы ценообразования. Внутренние и внешние факторы рыночного ценообразования.

Тема 2. «Основы управления себестоимостью на предприятии»

14. Себестоимость в составе цены.
15. Классификация затрат, входящих в себестоимость.
16. Планирование прибыли и рентабельности в составе цены.
17. Прямые и косвенные налоги в составе цены.
18. Акциз.
19. Налог на добавленную стоимость.
20. Надбавки (снабженческо-сбытовая, торговая) в цене товара.

Тема 3. «Методы ценообразования. Влияние изменения цен на результаты деятельности предприятия»

21. Система методов ценообразования.
22. Формирование цен на основе затрат предприятия.
23. Метод полных издержек.
24. Метод предельных издержек.
25. Метод ценообразования на основе дохода с оборота.
26. Метод рентабельности инвестиций.

27. Метод анализа безубыточности.
28. Ценообразование, ориентированное на спрос потребителей.
29. Параметрические методы ценообразования.
30. Методы ценообразования, ориентированные на конкурентов.

Установление окончательной цены.

31. Причины понижения или повышения цен предприятием.
32. Факторы, влияющие на изменение объема продаж.
33. Возможные последствия изменения розничных цен на результаты деятельности предприятия. Причина повышения цен (устойчивая инфляция, чрезмерный спрос).

Тема 4. «Ценовая политика предприятия. Ценовые стратегии предприятия»

34. Цели ценовой политики и принципы ценообразования.
35. Политика цен жизненного цикла товара.
36. Политика цен на новые изделия.
37. Тактические аспекты ценовой политики.
38. Скидки как инструмент ценовой политики фирмы.
39. Сущность ценовых стратегий.
40. Виды ценовых стратегий.
41. Стратегии дифференцированного ценообразования.
42. Стратегии конкурентного ценообразования.
43. Стратегии ассортиментного ценообразования.
44. Основные этапы разработки ценовых стратегий.

Шкала оценивания: 12 балльная

Критерии оценивания:

9-12 баллов (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если он принимает активное участие в беседе по большинству обсуждаемых вопросов (в том числе самых сложных); демонстрирует сформированную способность к диалогическому мышлению, проявляет уважение и интерес к иным мнениям; владеет глубокими (в том числе дополнительными) знаниями по существу обсуждаемых вопросов, ораторскими способностями и правилами ведения полемики; строит логичные, аргументированные, точные и лаконичные высказывания, сопровождаемые яркими примерами; легко и заинтересованно откликается на неожиданные ракурсы беседы; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

6-8 баллов (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если он принимает участие в обсуждении не менее 50% дискуссионных вопросов; проявляет уважение и интерес к иным мнениям, доказательно и корректно защищает свое мнение; владеет хорошими знаниями вопросов, в обсуждении которых принимает участие; умеет не столько вести полемику, сколько участвовать в ней; строит логичные, аргументированные высказывания, сопровождаемые подходящими примерами; не всегда откликается на неожиданные ракурсы беседы; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

3-5 баллов (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он принимает участие в беседе по одному-двум наиболее простым обсуждаемым вопросам; корректно выслушивает иные мнения; неуверенно ориентируется в содержании обсуждаемых вопросов, порой допуская ошибки; в полемике предпочитает занимать позицию заинтересованного слушателя; строит краткие, но в целом логичные высказывания, сопровождаемые наиболее очевидными примерами; теряется при возникновении неожиданных ракурсов беседы и в этом случае нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

0-2 балла (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он не владеет содержанием обсуждаемых вопросов или допускает грубые ошибки; пассивен в обмене мнениями или вообще не участвует в дискуссии; затрудняется в построении монологического высказывания и (или) допускает ошибочные высказывания; постоянно нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

1.2 РАЗБОР КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ (КЕЙС-ЗАДАЧИ)

Тема 1 «Формы рыночного и нерыночного поведения организаций. Особенности поведения организации и ценообразования в различных типах рыночных структур»

Преподаватель выбирает ситуацию для анализа и совместно со студентами проводит ее разбор.

Кейс-задача 1. «Невидимая рука рынка»

«Невидимая рука рынка» – популярная метафора, впервые использованная Адамом Смитом в своей работе «Исследование о природе и причинах богатства народов». В главе II книги IV Адам Смит пишет: «...Но всякий человек употребляет капитал на поддержку промышленности только ради прибыли, поэтому он всегда будет стараться употреблять его на поддержку той отрасли промышленности, продукт которой будет обладать наибольшей стоимостью и обмениваться на наибольшее количество денег или других товаров.

Но годовой доход любого общества всегда в точности равен меновой стоимости всего годового продукта его труда или, вернее, именно и представляет собой эту меновую стоимость. И поскольку каждый отдельный человек старается по возможности употреблять свой капитал на поддержку отечественной промышленности и так направлять эту промышленность, чтобы продукт её обладал наибольшей стоимостью, постольку он обязательно содействует тому, чтобы годовой доход общества был максимально велик.

Разумеется, обычно он не имеет в виду содействовать общественной пользе и не сознает, насколько он содействует ей. Предпочитая оказывать поддержку отечественному производству, а не иностранному, он имеет в виду лишь свой

собственный интерес, и осуществляя это производство таким образом, чтобы его продукт обладал максимальной

стоимостью, он преследует лишь свою собственную выгоду, причём в этом случае, как и во многих других, он невидимой рукой направляется к цели, которая совсем и не входила в его намерения; при этом общество не всегда страдает от того, что эта цель не входила в его намерения. Преследуя свои собственные интересы, он часто более действительным образом служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно стремится делать это».

Задание:

1. Прочитайте текст и сформулируйте принцип «невидимой руки рынка».
2. Раскройте смысл понятия «экономический человек».
3. Что Адам Смит понимал под «естественным порядком»?

Кейс-задача 2. «PR: кофе прибыльнее, чем газ или особенности российского рынка»

Какое отношение страна, в которой издревле пили квас, а в советские годы с детства приучали к чаю, имеет к любимому напитку Латинской Америки? Как за каких-то двадцать лет в сердцах россиян место чая – этого массового традиционного напитка – прочно занял место кофе? Где кофе, а где Россия-матушка? Как удалось сформировать мощные тренды покупательского интереса крупными производителями и продавцами натурального и растворимого кофе в России? Кто эти игроки? И что будут пить россияне в ближайшие годы?

Основные цифры, характеризующие рынок кофе в России Российский рынок кофе является наиболее динамично развивающимся рынком во всем мире. В 2011 году он составил 2,2 млрд. долларов. Сегодня, отмечают эксперты Masterforex-V, этот рынок является:

- бурно растущим. Как свидетельствует статистика, продажи кофе в стране за последние пять лет почти удвоились. Как результат, Россия вошла в первую десятку стран мира –активных потребителей кофе (7-е место после США, Бразилии, Германии, Японии,Франции и Италии). А по потреблению растворимого кофе нам вообще нет равных в мире – японцы, британцы, мексиканцы смотрят только в спину;

- перспективным. Так, если потребление кофе в США в прошлом году едва не достигло 1323 тонн, в Бразилии составило 1174 тонн, а в Германии – около 568 тонн, то у нас –всего 221,7 тонн. Разница выглядит куда наглядней в сопоставлении среднедушевого потребления кофе. Так вот, в России оно составляет 700-750 г., в западноевропейских странах – 5-6 кг., а в Финляндии достигает 12 кг. То есть емкость российского рынка значительно больше, ему есть куда расти. Ожидается, что количество россиян пьющих кофе в 2014 году увеличится в шесть раз, достигнув 68 процентов от всего населения;

- идет активное переключение с дешевой продукции (растворимый кофе) на более дорогую – натуральный кофе. Пока же 70 процентов потребления приходится на растворимый кофе, на цельный кофе или в молотых зернах – 30 процентов. Но еще сравнительно недавно это соотношение для производителей натурального кофе выглядело совсем безнадежным – 85х15. В той же Европе соотношение потребления

этих частей кофе сегодня составляет примерно 50х50, что говорит о незначительности роста в будущем там рынка натурального кофе. Тогда как в России ожидается, что ежегодный прирост рынка цельного кофе или в молотых зернах составит около 15 процентов.

Не забудем еще, что "черное ароматное золото" на международных рыночных торгах занимает второе место после... "неароматного черного золота" – нефти, кофе и шоколад оказались прибыльнее газа. По данным американского Forbes, "Газпром" по прибыльности в прошлом году оказался третьей компанией в мире – после Exxon Mobil и Nestle.

Применительно к российскому кофейному рынку все это означает, что его ожидает серьезное обострение конкуренции. Теперь развитие этого рынка будет зависеть от дополнительных усилий основных его игроков по продвижению своих торговых марок, от их готовности пойти на новые маркетинговые и рекламные технологии для удержания старых и приобретения новых потребителей.

Но вначале разумным будет проанализировать уже сложившуюся ситуацию на российском рынке кофе, оценить имеющиеся у него ресурсы, возможности и, конечно, проблемы.

Основными игроками российского рынка растворимого кофе являются 5 крупных компаний. Всем отечественным компаниям в совокупности принадлежит только порядка 12 процентов этого рынка. Среди ведущих компаний этого сегмента отметим:

Nestle S.A. (Швейцария, ТМ Nescafe). Рыночная доля компании в мире составляет 22,1 процента. Сегодня выручка Nestle в мире превышает 13 млрд. долларов в год. В России на нее приходится более 40 процентов всех продаж кофе (не лишним будет отметить, что в 2006 году Nestle контролировала 29,5% рынка):

Kraft Foods Inc. (США, ТМ Jacobs). В мире доля этой компании превышает 13 процентов. По результатам 2011 года Kraft Foods увеличила выручку на 10,5 процентов, до 54,4 млрд. долларов. В России ее рыночная доля составляет около 17 процентов (для сравнения, в 2006 году она равнялась 12,3%):

Strauss Group (Израиль, ТМ Черная Карта, Ambassador, Platinum, Le Cafe, Fort). Мировая доля компании составляет 2,1 процента. Оборот Strauss за прошлый год составил 2,2 млрд. долларов. В сегменте растворимого кофе в России она является третьим оператором.

Tchibo GmbH (Германия, ТМ Tchibo, Davidoff). Компания занимает пятое место среди крупнейших компаний-производителей кофе – 3 процента мирового рынка. Доля Tchibo в России составляет 13 процентов (в 2006 году она равнялась 8%).

"Орими трейд" (Россия, ТМ "Жокей") – единственный отечественный игрок на рынке растворимого кофе – 5-6 процента.

Оставшуюся долю делят более мелкие компании – **"Русский продукт"** (ТМ "Традиция", "Старая мельница"), "Московская кофейня на паях" (ТМ "Арабика", "Коломбо", "Суаре") и др.

Принципиально иная ситуация на отечественном рынке натурального кофе.

Здесь ключевыми игроками являются российские компании:

"Орими трейд" – лидер в сегменте натурального кофе страны (25-30%

рынка).

"Paulig Group" (Финляндия, ТМ Paulig) – занимает, по разным оценкам, от 15,5 до 17 процентов рынка.

"Strauss Group" – 13,5 процентов рынка натурального кофе.

"Куппо" (ТМ "Петр Великий", Attache) – 10-15 процентов.

"Kraft Foods" – 13 процентов рынка.

"Tchibo" – 6 процентов.

"Московская кофейня на паяхъ" – 6 процентов (в 2006 году в стоимостном выражении имела 15,4%) и др.

Как видим, на отечественном рынке кофе с большим отрывом лидируют международные игроки – Nestle и Kraft Foods, особенно это видно на рынке растворимого кофе. Что касается сегмента натурального кофе, то в отличие от рынка растворимого кофе он пока настолько мал, что не представляет особого интереса для крупных международных компаний.

Задание:

1. Составьте диаграмму «Доля рынка растворимого кофе в России, %».
2. Составьте диаграмму «Доля рынка натурального кофе в России, %».
3. Определите проблемы и перспективы развития рынка кофе в России.
4. Какие, на Ваш взгляд способы продвижения своих продуктов используют конкуренты, стараясь укрепить свои позиции на рынке кофе?

Шкала оценивания: 6 балльная

Критерии оценивания:

6-5 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует глубокое понимание обучающимся предложенной проблемы и разностороннее ее рассмотрение; свободно конструируемая работа представляет собой логичное, ясное и при этом краткое, точное описание хода решения задачи (последовательности (или выполнения) необходимых трудовых действий) и формулировку доказанного, правильного вывода (ответа); при этом обучающимся предложено несколько вариантов решения или оригинальное, нестандартное решение (или наиболее эффективное, или наиболее рациональное, или оптимальное, или единственно правильное решение); задача решена в установленное преподавателем время или с опережением времени.

4-3 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует понимание обучающимся предложенной проблемы; задача решена типовым способом в установленное преподавателем время; имеют место общие фразы и (или) несущественные недочеты в описании хода решения и (или) вывода (ответа).

2-1 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует поверхностное понимание обучающимся предложенной проблемы; осуществлена попытка шаблонного решения задачи, но при ее решении допущены ошибки и (или) превышено установленное преподавателем время.

0 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует непонимание обучающимся предложенной проблемы, и (или) значительное место занимают общие фразы и голословные рассуждения, и (или) задача не решена.

2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента
Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент
Курс 2

Утверждено на заседании кафедры
Региональной экономики и менеджмента
от «__» _____ 20__ г.
протокол №__

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №1

1. К методам, не использующим приведенную стоимость относится:

- а) Метод окупаемости
- б) Соотношение: "Доход - затраты".
- в) Индекс приведенных затрат.
- г) Чистая текущая стоимость.

2. Предположим, спрос на сельскохозяйственную продукцию неэластичен, то при хорошем урожае доходы фермеров

- а) сократятся, так как относительное снижение цен окажется большим, чем относительное увеличение объема продаж
- б) вырастут, так как произойдет увеличение цен продукции, вызванное повышением спроса
- в) останутся неизменными, так как относительное увеличение объема будет равно относительному снижению цен
- г) вырастут, так как увеличится объем продаваемой продукции

3. В результате снижения цены на холодильники на 5% объем продаж увеличился на 4%. Спрос на холодильники является

- а) неэластичным
- б) эластичным
- в) абсолютно эластичным
- г) спросом единичной эластичности

4. Основные недостатки методов ценообразования, ориентированных на затраты:

- а) не учитывают спрос
- б) сложность расчетов
- в) не учитывают потребительские свойства товара
- г) верны все варианты

5. По степени регулирования выделяют:

- а) индексы цен
- б) свободные цены
- в) биржевые котировки
- г) скользящие цены

6. Чрезвычайно высокий удельный вес заемных средств в пассивах свидетельствует о каком риске банкротства.

- а) Повышенном
- б) Умеренном
- в) Пониженном
- г) Отсутствии

7. Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы - это

- а) Горизонтальная линия при данном уровне цен
- б) Имеет положительный наклон
- в) Вертикальная линия при данном объеме предложения
- г) Имеет отрицательный наклон

8. Рост экономической прибыли на конкурентном рынке не способствует

- а) повышению рыночной цены продукта
- б) расширению производства в действующих фирмах
- в) притоку в отрасль новых фирм
- г) повышению цен на используемые продукты

9. Торговая наценка - это процентная надбавка

- а) к оптовой цене
- б) к розничной цене
- в) к издержкам
- г) верно все вышеперечисленное

10. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:

- а) чистой монополией
- б) совершенной конкуренцией
- в) олигополией
- г) монополистической конкуренцией

11. Частное от деления всех фактических финансовых издержек по всем кредитам на общую сумму заемных средств в анализируемом периоде - это:

- а) Средняя расчетная ставка процента
- б) Чистая рентабельность собственных средств
- в) Финансовые издержки по заемным средствам
- г) Нетто - результат эксплуатации инвестиций

12. Фирма производит и продает два товара - "А" и "Б". Товар "А" имеет много заменителей. Товар "Б" занимает значительную долю в расходах потребителей. Увеличение цены на каждый товар приводит к

- а) сокращению выручки от продажи товара А и товара Б
- б) тому, что выручка от продажи товара А и товара Б остается неизменной
- в) увеличению выручки от продажи товара А и товара Б
- г) сокращению выручки от продажи товара А и увеличению выручки от продажи товара Б

13. Соотнесите представителей и их идеи:

1. В. Петти	А. естественная цена любого товара определяется количеством металлических денег, получаемых в среднем за него.
2. А. Смит	В. меновая стоимость товара, т.е. их количественное соотношение в обмене, определяется количеством труда, затраченного на производство обмениваемых товаров. Рыночные цены колебались вокруг уровня, обусловленного соотношением
3. Д. Рикардо	С. единственным источником стоимости выступает лишь труд, затраченный на изготовление товара.
4. К. Маркс	Д. цена – это денежное выражение стоимости, а сама стоимость создается живым трудом наемных работников.

14. _____ - это форма выражения ценности благ (товаров), проявляющаяся в обмене.

15. Укажите последовательность технологии определения цен:

- а) определение целей ценообразования;
- б) анализ конъюнктуры рынка;
- в) анализ цен конкурентов;
- г) формирование политики и выбор стратегии ценообразования;

16. Компетентностно-ориентированная задача

1. Определите

- а) прибыль в свободной отпускной цене изделия;
 - б) свободную розничную цену изделия;
 - в) цену закупки, по которой розничная торговля будет рассчитываться с посредником.
2. Составьте структуру свободной отпускной и свободной розничной цен.

Исходные данные:

- себестоимость изделия – 22 500 руб.;
- свободная отпускная цена с НДС – 500 400 руб.;
- НДС – 20% к свободной отпускной цене (без НДС);
- акциз – 30% к свободной отпускной цене (без НДС);
- снабженческо-сбытовая надбавка – 15% к свободной отпускной цене;
- торговая надбавка – 25% к цене закупки.

Экзаменатор _____

Крыжановская О.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Утверждено на заседании кафедры

Направление подготовки

Региональной экономики и менеджмента

38.03.02 Менеджмент

от «__» _____ 20__ г.

Курс 2

протокол №__

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №2

1. Неэластичный спрос означает, что
 - а) рост цены на 1% приводит к сокращению величины спроса менее, чем на 1%
 - б) незначительное повышение цены приводит к существенному повышению общей выручки
 - в) любое изменение цены не приводит к изменению общей выручки
 - г) рост цены на 1% приводит к сокращению величины спроса более, чем на 1%
2. Почему при анализе цен за основу берутся укрепленные и устоявшиеся показатели:
 - а) позволяют выявить существенные и устоявшиеся зависимости
 - б) с целью упростить расчеты
 - в) с целью облегчения регистрации
 - г) верно все вышеперечисленное
3. Стадии жизненного цикла, располагающие к снижению цен
 - а) товарного роста
 - б) внедрения на рынок
 - в) зрелости
 - г) спада
4. Если чистый приведенный эффект (NPV) меньше нуля, то проект следует:
 - а) Отвергнуть.
 - б) Принять.
 - в) Затрудняюсь ответить.
 - г) Проект ни прибыльный, ни убыточный.
5. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый, вызовет
 - а) рост спроса на второй товар
 - б) падение спроса на второй товар
 - в) увеличение объема спроса на второй товар
 - г) падение величины спроса на второй товар
6. Пример естественной монополии - это
 - а) Городской метрополитен
 - б) Московский банк "Гермес"
 - в) Издательство "Известие"
 - г) ОПЕК - международный нефтяной картель
7. Какое из указанных ниже значений коэффициента по доходу относится к товарам первой необходимости?
 - а) Больше 0, но меньше 1
 - б) Меньше 0
 - в) Меньше 1
 - г) Равно 1
8. Какие функции выполняет цена в роли индикатора рыночной конъюнктуры?
 - а) характеристики соотношения спроса и предложения
 - б) орудия конкурентной борьбы
 - в) инструмента управления эффективностью рынка
 - г) верно все вышеперечисленное
9. Брутто - результат эксплуатации инвестиций - это разница между добавленной стоимостью и:
 - а) Все перечисленное.
 - б) Расходами по оплате труда
 - в) Расходами по оплате труда и всеми связанным с ней обязательными платежами.
 - г) "Налоговой накруткой", связанной с превышением фактических расходов на оплату труда по сравнению с их нормируемой величиной.
10. Ценовая эластичность спроса будет выше

- а) чем меньше необходим товар потребителю
- б) на товары первой необходимости, чем на предметы роскоши
- в) чем больше альтернативные издержки
- г) на предметы роскоши, чем на товары первой необходимости

11. Причиной падения цены на продукт является

- а) Падение цен на производственные ресурсы
- б) Падение цены на взаимодополняющий товар
- в) Рост потребительских доходов
- г) Рост налогов на частное предпринимательство

12. Расчетные ценовые показатели это:

- а) трансфертные цены
- б) индексы внутренних цен
- в) индексы экспортных и импортных цен
- г) цены параметрического ряда товаров

13. Соотнесите функции и их сущности:

1. Учетная	А. Определяется самой сущностью цены, так как является денежным выражением стоимости. Показывает, во что обходится обществу удовлетворение конкретной потребности в той или иной продукции. Измеряет, сколько затрачено труда, сырья, материалов, комплектующих
2. Стимулирующая	В. Сущность ее заключается в поощрительном или сдерживающем воздействии цены практически на производство и потребление различных видов товаров.
3. Распределительная	С. Эта функция связана с возможностью отклонения цены от стоимости под воздействием множества рыночных факторов. С помощью этой
4. Балансирование спроса и предложения	Д. Эта функция цены выражается в том, что через цены осуществляется связь между производством и потреблением,

14. _____ - выражает потребность в товаре со стороны покупателя с учетом имеющихся у него возможностей купить товар.

15. Укажите последовательность этапов разработки цен

- а) оценка себестоимости продукции на основе принятой учетной политики;
- б) расчет целевой прибыли в составе цены;
- в) определение возможности использования системы логистики на предприятии;
- г) выбор метода определения цены;

16. Компетентностно-ориентированная задача

Определите прибыль и рентабельность реализации импортного товара.

Исходные данные:

- свободная розничная цена, сложившаяся на рынке с учетом спроса и предложения – 200 руб.;
- таможенная стоимость, включая расходы по доставке товара до границы России, – 10 долл. (курс рубля к доллару принимается на момент решения задачи);
- ставка акциза – 35%;
- таможенная пошлина – 15% от таможенной стоимости;
- сборы за таможенное оформление – 0,15% от таможенной стоимости;
- ставка НДС – 20%;
- снабженческо-сбытовые расходы – 11 руб.;
- торговые издержки – 30 руб.

Экзаменатор _____

Крыжановская О.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №3

1. По характеру обслуживаемого оборота выделяют

- а) цены аукционов
- б) регулируемые цены
- в) предельные цены
- г) трансфертные цены

2. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:

- а) чистой монополией
- б) совершенной конкуренцией
- в) олигополией
- г) монополистической конкуренцией

3. Если однопроцентное сокращение цены на товар приводит к двухпроцентному увеличению объема спроса на него, то этот спрос

- а) эластичный
- б) неэластичный
- в) единичной эластичности
- г) абсолютно неэластичный

4. Из перечисленного : 1) Множество покупателей, приобретающих товар по текущей цене 2) Все продавцы и покупатели имеют полную информацию о рынке 3) Имеет место свободный вход и выход на рынок, совершенная конкуренция предполагает

- а) 1,2,3
- б) 1 и 2
- в) 1 и 3
- г) 1

5. Округление цен относится к :

- а) методам ценообразования
- б) ценовым стратегиям
- в) тактическим приемам ценообразования
- г) верно все вышеперечисленное

6. В структуру отпускной цены предприятия входят

- а) себестоимость, прибыль и валютный курс
- б) валютный курс и себестоимость
- в) прибыль и валютный курс
- г) себестоимость и прибыль

7. Показатель, отражающий результат эксплуатации каждых 100 руб. оборота - это:

- а) Все перечисленное.
- б) Коммерческая маржа.
- в) Экономическая рентабельность оборота.
- г) Рентабельность продаж

8. Экономические издержки

- а) включают в себя явные и неявные издержки, в том числе нормальную прибыль
- б) включают в себя неявные издержки, но не включают явные
- в) включают в себя явные издержки, но не включают неявные
- г) не включают в себя ни явные, ни неявные издержки

9. Ценовая эластичность спроса будет расти с увеличением продолжительности периода, в течение которого предъявляется спрос, так как

- а) потребители смогут приобрести товары – заменители
 б) общая торговая выручка снижается
 в) вырастет общий уровень цен
 г) доходы потребителей увеличатся
10. Какие институты (организации, учреждения) занимаются регистрацией цен на макроуровне ?
 а) органы статистики
 б) специализированные маркетинговые фирмы
 в) аналитические службы фирм
 г) верно все вышеперечисленное
11. Для каких товаров коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене положительной?
 а) составных частей
 б) субститутов
 в) сопутствующих товаров
 г) верно все вышеперечисленное
12. Дает ли право на участие в управлении предприятием заемный капитал?
 а) Не дает.
 б) Дает
 в) В зависимости от уставных документов
 г) В зависимости от условий договора
13. Соотнесите величины коэффициента эластичности и их сущности:

1.	$E_{эл}=0$	A. совершенно не эластичные товары, без которых невозможно обойтись, например, соль, инсулин для диабетиков;
2.	$E_{эл}<1$	B. данный коэффициент показывает, что на каждый % изменения цены спрос меняется на величину менее 1%;
3.	$E_{эл}>1$	C. Данный коэффициент показывает, что объем спроса меняется более высокими темпами, чем цены;
4.	$E_{эл}=1$	D. данный коэффициент показывает, что на 1% изменения цены объем спроса меняется также на 1%.

14. _____ - цены, обслуживающие международный рынок в целом и наиболее полно отражающие конъюнктуру товаров и услуг в масштабе общего мирового рынка.

15. Укажите последовательность методики определения цен
 а) определение минимальной цены реализации;
 б) расчет начальной (исходной) цены;
 в) установление цены реализации;
 г) контроль цены;

16. Компетентностно-ориентированная задача

1. Определите регулируемую оптовую и розничную цены на новое изделие предприятия пищевой промышленности.

2. Составьте структуру регулируемой розничной цены. Исходные данные:

- сырье и материалы – 10,8% руб.;
- затраты на обработку изделия – 3,2 руб.;
- внепроизводственные расходы – 6% к производственной себестоимости;
- рентабельность, исчисленная как отношение прибыли к себестоимости – 20%;
- НДС – 10% к регулируемой розничной цене (за вычетом торговой скидки);
- торговая скидка – 15% к регулируемой розничной цене.

Экзаменатор _____

Крыжановская О.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №4

1. Готовность покупать дополнительные единицы производимого товара только по более низкой цене лучше всего объясняет
- принцип убывающей предельной полезности
 - эффект дохода
 - закон предложения
 - эффект замещения
2. Совершенствование технологии сдвигает
- кривую предложения вниз и вправо
 - кривую предложения вверх и влево
 - кривую спроса вниз и вправо
 - кривую спроса вверх и вправо
3. Если цены растут, а прочие условия неизменны, закон предложения проявляется в
- росте объема предложения
 - падении объема предложения
 - росте предложения
 - снижении предложения
4. Структура себестоимости это
- уровень затрат на производство товара
 - процентное соотношение отдельных видов затрат
 - материальные, финансовые и трудовые ресурсы предприятия
 - соотношение материальных, трудовых затрат и прибыли
5. В кругообороте текущих активов участвуют средства:
- Все перечисленное.
 - Производственно - материальные запасы и готовая продукция.
 - Дебиторская задолженность
 - Денежные средства.
6. Если предложение и спрос на товар возрастают, то
- увеличивается общее количество товара
 - благосостояние общества возрастает
 - цена остается стабильной
 - цена повышается
7. У монополиста предельные издержки обычно меньше цены продукта, потому что
- цена больше предельного дохода
 - цена меньше предельного дохода
 - предельные издержки меньше средних издержек
 - предельные издержки больше средних издержек
8. По сравнению с уровнем внутренней цены на один и тот же товар уровень мировой цены, как правило, будет:
- выше
 - ниже
 - одинаковым
 - предельным
9. К какому критерию классификации цен относятся твердые цены?
- степень регулирования
 - устойчивость во времени
 - ориентир для фиксации контрактных цен
 - верно все вышеперечисленное

10. Приращение к рентабельности собственных средств, получаемое благодаря использованию кредита, несмотря на платность каждого - это:

- а) Эффект финансового рычага
- б) Эффект операционного рычага
- в) Финансовые издержки
- г) Порог рентабельности

11. Предположим, спрос на сельскохозяйственную продукцию неэластичен, то при хорошем урожае доходы фермеров

- а) сократятся, так как относительное снижение цен окажется большим, чем относительное увеличение объема продаж
- б) вырастут, так как произойдет увеличение цен продукции, вызванное повышением спроса
- в) останутся неизменными, так как относительное увеличение объема будет равно относительному снижению цен
- г) вырастут, так как увеличится объем продаваемой продукции

12. Если цена товара ниже точки пересечения кривой спроса и кривой предложения, то возникает

- а) дефицит
- б) избыток
- в) рост безработицы
- г) рост благосостояния продавца

13. Соотнесите принципы ценообразования и их сущности:

А. Принцип научной обоснованности цен	А. состоит в необходимости познания и учета объективных экономических законов развития рыночной экономики и, прежде всего, действие закона стоимости, законов спроса и предложения.
В. Принцип целевой направленности цен	В. требует четкого определения приоритетных экономических и социальных проблем, которые должны решаться с помощью цен.
С. Принцип непрерывности процесса ценообразования	С. является динамичным и непрерывным. На каждом этапе товародвижения имеется своя цена.
Д. Принцип единства процесса	Д. основан на контроле цен государственными органами, Государственный контроль осуществляют государственные органы ценообразования на федеральном и региональном уровне инспекциями по ценам, по торговле, качеству и защите прав потребителей при органах торговли.

14. _____ - цены, обслуживающие обороты импортируемой и экспортируемой продукции.

15. Укажите последовательность включения структурных элементов в розничную цену подакцизного импортного товара

- а) акциз;
- б) сборы за таможенное оформление;
- в) таможенная пошлина;
- г) НДС;

16. Компетентностно-ориентированная задача

Известно, что свободная розничная цена стиральной машины «Вятка» выпуска 1995 г. составляла 300 тыс. руб. Определите свободную розничную цену стиральной машины «Вятка» выпуска 1997 г. (без учета инфляции), если известно, что премиальная наценка за повышенную долговечность последней модели составляет 15% от цены, премиальная наценка за повышенную надежность рынка – 10% цены, премиальная надбавка за улучшенный дизайн – 10% цены, стоимость более длительной гарантии на узлы и детали – 5%, скидка с цены комплекта всех стоимостных показателей «Вятки»-94 установлена в размере 60 тыс. руб. Определите, какую модель стиральной машины предпочтет потребитель и почему.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №5

1. Базисные цены это:

- а) цены товара определенного качества и ограниченного количества в определенном географическом пункте
- б) цены товара наивысшего качества в определенном географическом пункте
- в) цены товара определенного количества и качества в заранее установленном географическом пункте
- г) верно все вышеперечисленное

2. Калькулирование цены товара не может осуществляться:

- а) по цеховой себестоимости
- б) по сокращенной себестоимости
- в) по производственной себестоимости
- г) по дифференцированной себестоимости

3. Если заемные средства не привлекаются, то сила воздействия финансового рычага равна:

- а) 1
- б) 1/3
- в) 0
- г) 2/3

4. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:

- а) чистой монополией
- б) совершенной конкуренцией
- в) олигополией
- г) монополистической конкуренцией

5. В отличие от конкурентной фирмы монополист

- а) при данной кривой рыночного спроса может выбрать комбинацию цены и объема выпуска, которая дает максимум прибыли
- б) максимизирует прибыль при равенстве предельного дохода и предельных издержках
- в) может назначать любую цену на свой продукт
- г) может произвести любой объем продукции и продать ее по любой цене

6. Индексный метод используется при анализе:

- а) соотношения цен
- б) уровня цен
- в) динамики цен
- г) взаимозависимости цен

7. «Франко» это

- а) место, до которого все затраты на транспортировку включены в цену товара
- б) место, в которое должен быть доставлен товар
- в) место, где происходит передача товара от продавца к покупателю
- г) место, в котором осуществляется переход рисков с продавца к покупателю

8. Финансовый анализ капитального бюджета предусматривает:

- а) Все перечисленное.
- б) Выбор инвестиций.
- в) Оценку и ранжирование вариантов.
- г) Поиск вариантов капиталовложений.

9. Предположим, что предложение товара неэластично, а спрос на него сокращается, то общая выручка продавца
- сокращается
 - сокращается в том случае, если спрос является эластичным
 - остаётся неизменной
 - растет
10. Не относится к характеристике эластичного спроса на товар А утверждение, что
- Коэффициент ценовой эластичности меньше 1
 - Общая выручка продавца сокращается, если цена растет
 - Покупатели относительно чутко реагируют на изменение цены
 - Относительное изменение объема спроса больше, чем относительное изменение цены
11. Спрос и предложение могут быть использованы для объяснения координирующей роли цены на рынке
- любом
 - ресурсов
 - валютном
 - товарном
12. Что составляет основу риска при применении стратегии “цены проникновения”?
- отсутствие приоритета перед конкурентами
 - необходимость последующего повышения цен
 - ограниченные производственные мощности предприятия
 - недостаточная емкость рынка
13. Соотнесите принципы ценообразования и их примеры:

А. Принцип научной обоснованности цен	А. базируется, прежде всего, на глубоком анализе конъюнктуры рынка, всех рыночных факторов, а также действующей в экономике системы цен. При этом необходимо выявлять тенденции развития производства на перспективу, прогнозировать изменение уровня издержек, спроса, качества товаров и др.
В. Принцип целевой направленности цен	В. решение проблем социальной защиты населения или целевой ориентации цен на освоение новой, прогрессивной продукции, повышения ее качества.
С. Принцип непрерывности процесса ценообразования	С. продукция в своем движении от сырья до готового изделия проходит ряд этапов (например, руда- чугуна- сталь- прокат и т.д.).
Д. Принцип единства процесса	Д. лекарственные средства, предназначенные для льготных групп населения.

14. _____ - соотношение отдельных элементов (себестоимости, прибыли, налогов, надбавок) в цене, то есть их доля в ее общей величине, взятой за 100 процентов.

15. Укажите последовательность возникновения теоретических аспектов цены:

- Теория В. Петти;
- Теория А. Смита;
- Теория Д. Рикардо;
- Теория К. Маркса;

16. Компетентностно-ориентированная задача

Составьте структуру свободной розничной цены. Исходные данные:

- себестоимость – 25 120 руб.;
- НДС – 20% к отпускной цене (без НДС);
- отпускная цена (с НДС) – 45 380 руб.;
- оптовая надбавка – 8% к отпускной цене;
- торговая надбавка – 20% к отпускной цене.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

Экзаменационный билет №6

1. Если продавец конкурирует с множеством себе подобных - все торгуют одинаковыми товарами - это:
 - а) Монополистическая конкуренция
 - б) Чистая монополия
 - в) Олигополистическая конкуренция
 - г) Чистая конкуренция
2. Постоянные издержки фирмы – это
 - а) издержки, которые несет фирма даже в том случае, если продукция не производится
 - б) затраты на ресурсы по ценам, действовавшим в момент их приобретения
 - в) минимальные издержки производства любого объема продукции при наиболее благоприятных условиях производства
 - г) затраты на отчисление заработной платы работникам
3. Закон спроса предполагает, что
 - а) когда цена товара падает, объем планируемых покупок растет
 - б) кривая спроса обычно имеет положительный наклон
 - в) если доходы у потребителей растут, они обычно покупают больше товаров
 - г) превышение предложения над спросом вызывает снижение цены
4. По мере того как цена товара снижается, а величина спроса растет при линейной функции спроса,
 - а) общая выручка увеличивается до точки, в которой эластичность равна 1, после чего выручка уменьшается
 - б) происходит нарушение закона спроса
 - в) коэффициент эластичности не изменяется
 - г) эластичность спроса по доходу сокращается
5. Какие функции выполняет цена в роли индикатора рыночной конъюнктуры?
 - а) характеристики соотношения спроса и предложения
 - б) орудия конкурентной борьбы
 - в) инструмента управления эффективностью рынка
 - г) верно все вышеперечисленное
6. Наиболее ликвидной частью текущих активов являются:
 - а) Денежные средства и ценные бумаги.
 - б) Краткосрочная кредиторская задолженность.
 - в) Дебиторская задолженность.
 - г) Производственные запасы.
7. Способность и желание людей платить за что-либо - это
 - а) спрос
 - б) потребность
 - в) необходимость
 - г) желание
8. В случае, если цена товара неэластичного спроса выросла с 7 до 8 тыс. руб., то выручка
 - а) выросла
 - б) сократилась
 - в) осталась неизменной
 - г) абсолютно неэластична

9. Понятию “ активная ценовая политика” соответствуют :

- а) ценовая конкуренция
- б) ценовое лидерство
- в) ценовое картельное соглашение
- г) ценовая война

10. Посредническая надбавка в цене товара определяется

- а) в процентах к отпускной цене
- б) в процентах к себестоимости товара
- в) в процентах от розничной цены
- г) в процентах от суммы материальных затрат

11. К основным видам источников средств предприятия, отражаемых в пассиве баланса относятся

- а) Все перечисленное.
- б) Внутренние источники (уставной капитал, нераспределенная прибыль и фонды собственных средств).
- в) Временно привлеченные средства.
- г) Заемные средства.

12. Если любое количество товара продается по одинаковой цене, то спрос на этот товар является

- а) абсолютно эластичным
- б) абсолютно неэластичным
- в) эластичным
- г) спросом единичной эластичности

13. Соотнесите виды цен и их сущности:

1. Оптовые цены на продукцию промышленности	A. цены, по которым реализуется и закупается продукция предприятий, фирм и организаций промышленности независимо от форм собственности в порядке оптового оборота.
2. Розничные цены	B. цены, по которым товары реализуются в торговой сети населению, предприятиям и организациям, они являются конечными; по этим ценам товары выбывают из сферы обращения и потребляются в домашнем хозяйстве или в производстве.
3. Аукционная цена	C. цена может существенно отличаться от рыночной цены (быть многократно выше ее), поскольку отражает уникальные и редкие свойства и признаки товаров.
4. Мировая цена	D. Цена находится под значительным влиянием государства, которое проводит регулирование внешнеэкономической деятельности через лицензирование, квотирование, субсидирование экспорта и импорта.

14. _____ - абсолютное количественное выражение цены в деньгах.

15. Укажите последовательность технологии определения цен:

- а) определение целей ценообразования;
- б) анализ конъюнктуры рынка;
- в) анализ цен конкурентов;
- г) формирование политики и выбор стратегии ценообразования;

16. Компетентностно-ориентированная задача

Определите структуру свободной отпускной и розничной цен платья женского шелкового, реализуемого частным магазином. Известно, что полная себестоимость платья составляет 2680 руб., свободная отпускная цена с НДС – 3860 руб., свободная розничная (рыночная) цена – 5095 руб., ставка НДС – 20%, оптовая надбавка – 11%.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от « » 20 г.

протокол №

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №7

1. К полупеременным расходам могут быть отнесены:
 - а) Плата за кредит
 - б) Арендная плата
 - в) Транспортные расходы
 - г) Расходы на сырье и материалы
2. Целевой установкой политики управления оборотным капиталом является:
 - а) Все перечисленное.
 - б) Определение объема и структуры текущих активов
 - в) Определение оптимального соотношения между объемом и структурой.
 - г) Определение эффективности использования оборотного капитала
3. Дает ли право на участие в управлении предприятием заемный капитал?
 - а) Не дает.
 - б) Дает
 - в) В зависимости от уставных документов
 - г) В зависимости от условий договора
4. Если однопроцентное сокращение цены на товар приводит к двухпроцентному увеличению объема спроса на него, то этот спрос
 - а) эластичный
 - б) неэластичный
 - в) единичной эластичности
 - г) абсолютно неэластичный
5. Сдвиг кривой спроса на товар X можно объяснить тем, что
 - а) Вкусы потребителей вызвали интерес к товару X, и поэтому они хотят покупать его при любой данной цене больше, чем раньше
 - б) Предложение товара X по некоторой причине уменьшилось
 - в) Цена товара X выросла, и как следствие этого потребители решили покупать этого товара меньше
 - г) Цены товара X упали, поэтому потребители решили покупать его больше, чем раньше
6. Эластичность предложения зависит главным образом от
 - а) периода времени, в течение которого продавцы могут приспособиться к изменениям цен
 - б) того, является ли данный товар предметом первой необходимости или роскоши
 - в) доли дохода потребителя, направленной на покупку данного товара
 - г) числа товаров-заменителей данного товара
7. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:
 - а) чистой монополией
 - б) совершенной конкуренцией
 - в) олигополией
 - г) монополистической конкуренцией
8. Деятельность спекулянтов
 - а) усиливает тенденцию к нестабильности цен
 - б) увеличивает риск для законного предпринимательства
 - в) вызывает экономические бумы
 - г) всегда приносит прибыль

9. Если, несмотря на изменения цены товара, общая выручка не изменяется, коэффициент ценовой эластичности

- а) равен 1
- б) больше 1
- в) меньше 1
- г) равен 0

10. Индексный метод используется при анализе:

- а) соотношения цен
- б) уровня цен
- в) динамики цен
- г) взаимозависимости цен

11. Что составляет основу риска при применении стратегии “цены проникновения”?

- а) отсутствие приоритета перед конкурентами
- б) необходимость последующего повышения цен
- в) ограниченные производственные мощности предприятия
- г) недостаточная емкость рынка

12. Стадии жизненного цикла, располагающие к снижению цен

- а) товарного роста
- б) внедрения на рынок
- в) зрелости
- г) спада

13. Соотнесите название ценовой стратегии и её описание:

1. Ценовая стратегия по кривой освоения.	А. Данная стратегия эффективна для организации, которая более длительное время присутствует на рынке конкретного товара, обладает большим опытом, нежели ее конкуренты. Как правило, такая организация имеет более низкие затраты на производство и реализацию товара, а соответственно, и более высокую прибыль и рентабельность.
2. Стратегия сигнализации ценами	В. Данная стратегия исходит из того, что потребитель качество товара связывает с ценой. По мнению такого потребителя, высокая цена всегда устанавливается на высококачественный товар. Чем выше качество — тем выше цена. Информация о цене на товар для потребителя является доступной.
3. Ценовая стратегия по географическому принципу.	С. Смысл данной стратегии заключается в том, что организация имеет возможность реализовывать свой товар на нескольких товарных рынках, расположенных на различных территориях страны.

14.) ... – способ группировки затрат и определения себестоимости продукции по статьям расходов.

15.) Укажите последовательность разработки ценовых стратегий:

- а) формируется и подготавливается исходная информация.
- б) проводится масштабный стратегический анализ, который предполагает разработку аналитических ситуаций
- в) подготавливается проект ценовой стратегии организации.

16.) Компетентностно-ориентированная задача. Определить структуру розничной цены товара, реализуемого в магазине города Москвы, и выполнить ее анализ.

Исходные данные (в руб./кг) приведены в табл. 1.

Таблица 1

Цена товара в месте отправления	Место отправления	Транспортные расходы	Цена при поступлении в холодильник Москвы	Отпускная цена холодильника	Цена в магазине Москвы
20	Калининград	1	21	23	30
15	Владивосток	5	20	22	30

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №8

1. К какому критерию классификации цен относятся твердые цены?
 - а) степень регулирования
 - б) устойчивость во времени
 - в) ориентир для фиксации контрактных цен
 - г) верно все вышеперечисленное
2. Для каких товаров коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене положительной?
 - а) составных частей
 - б) субституттов
 - в) сопутствующих товаров
 - г) верно все вышеперечисленное
3. Почему при анализе цен за основу берутся укрепленные и устоявшиеся показатели:
 - а) позволяют выявить существенные и устоявшиеся зависимости
 - б) с целью упростить расчеты
 - в) с целью облегчения регистрации
 - г) верно все вышеперечисленное
4. По сравнению с уровнем внутренней цены на один и тот же товар уровень мировой цены, как правило, будет:
 - а) выше
 - б) ниже
 - в) одинаковым
 - г) предельным
5. Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, если
 - а) объем предложения равен объему спроса
 - б) уровень технологии меняется постепенно
 - в) цена равна издержкам плюс прибыль
 - г) спрос равен предложению
6. Пример естественной монополии - это
 - а) Городской метрополитен
 - б) Московский банк "Гермес"
 - в) Издательство "Известие"
 - г) ОПЕК - международный нефтяной картель
7. Не вызывает сдвига кривой спроса изменение
 - а) цены товара
 - б) вкусов и предпочтений потребителей
 - в) размера и распределения национального дохода
 - г) численности или возраста потребителей
8. Не относится к характеристике эластичного спроса на товар А утверждение, что
 - а) Коэффициент ценовой эластичности меньше 1
 - б) Общая выручка продавца сокращается, если цена растет
 - в) Покупатели относительно чутко реагируют на изменение цены
 - г) Относительное изменение объема спроса больше, чем относительное изменение цены

9. Фирма производит и продает два товара - "А" и "Б". Товар "А" имеет много заменителей. Товар "Б" занимает значительную долю в расходах потребителей. Увеличение цены на каждый товар приводит к

- а) сокращению выручки от продажи товара А и товара Б
- б) тому, что выручка от продажи товара А и товара Б остается неизменной
- в) увеличению выручки от продажи товара А и товара Б
- г) сокращению выручки от продажи товара А и увеличению выручки от продажи товара Б

10. Если предложение и спрос на товар возрастают, то

- а) увеличивается общее количество товара
- б) благосостояние общества возрастает
- в) цена остается стабильной
- г) цена повышается

11. Финансовый анализ капитального бюджета предусматривает:

- а) Все перечисленное.
- б) Выбор инвестиций.
- в) Оценку и ранжирование вариантов.
- г) Поиск вариантов капиталовложений.

12. В кругообороте текущих активов участвуют средства:

- а) Все перечисленное.
- б) Производственно - материальные запасы и готовая продукция.
- в) Дебиторская задолженность
- г) Денежные средства.

13.) Соотнесите виды затрат и их классификационный признак

1-Производственные	А-По месту и роли в системе управления производственно-торговым процессом
2-Прямые	Б-По способу включения в себестоимость
3-Затраты на оплату труда	В-По экономическому содержанию
4-Постоянные	Г-По отношению к объему производства

14.) ... — это обязательные требования, предъявляемые к процессу ценообразования, в соответствии с которыми определяются и применяются цены на конкретные товары.

15.) Укажите последовательность технологии определения цен:

- а) определение целей ценообразования;
- б) анализ конъюнктуры рынка;
- в) анализ цен конкурентов;
- г) формирование политики и выбор стратегии ценообразования.

16.) Компетентностно-ориентированная задача.

Выполните калькулирование себестоимости продукции и определить цены двух видов товаров, если выпускается по одному изделию каждого вида, рентабельность (к себестоимости) составляет 20%.

Исходные данные (тыс. руб.) приведены в табл. 2.

Таблица 2

Показатель	Всего	Товар А (на ед. изделия)	Товар В (на ед. изделия)
1. Зарботная плата производственных рабочих (с отчислениями на социальные нужды)	10	6	4
2. Основные материалы	7	4	3
3. Зарплата административно-управленческого персонала с отчислениями	6		
4. Аренда помещения	12		
5. Электрическая энергия на технологические цели	5	2	3
6. Электрическая энергия на освещение цеха	2		
7. Амортизация оборудования	8		
8. Прочие затраты	10		

Экзаменатор

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №9

1. Если заемные средства не привлекаются, то сила воздействия финансового рычага равна:
 - а) 1
 - б) 1/3
 - в) 0
 - г) 02.мар
2. К методам, не использующих приведенную стоимость относится:
 - а) Метод окупаемости
 - б) Соотношение: "Доход - затраты".
 - в) Индекс приведенных затрат.
 - г) Чистая текущая стоимость.
3. Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы - это
 - а) Горизонтальная линия при данном уровне цен
 - б) Имеет положительный наклон
 - в) Вертикальная линия при данном объеме предложения
 - г) Имеет отрицательный наклон
4. Для расчета оптимальной структуры капитала необходимы показатели:
 - а) Все названные.
 - б) Взвешенная цена капитала.
 - в) Цена собственного и заемного капитала.
 - г) Доля собственного и заемного капитала.
5. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:
 - а) чистой монополией
 - б) совершенной конкуренцией
 - в) олигополией
 - г) монополистической конкуренцией
6. В случае, если цена товара неэластичного спроса выросла с 7 до 8 тыс. руб., то выручка
 - а) выросла
 - б) сократилась
 - в) осталась неизменной
 - г) абсолютно неэластична
7. У монополиста предельные издержки обычно меньше цены продукта, потому что
 - а) цена больше предельного дохода
 - б) цена меньше предельного дохода
 - в) предельные издержки меньше средних издержек
 - г) предельные издержки больше средних издержек
8. Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, если
 - а) объем предложения равен объему спроса
 - б) уровень технологии меняется постепенно
 - в) цена равна издержкам плюс прибыль
 - г) спрос равен предложению
9. Если цена товара выросла с 1,5 до 2 тыс. руб., а объем спроса сократился с 1000 до 900 единиц, то коэффициент ценовой эластичности равен
 - а) 0,37
 - б) 3
 - в) 2,71
 - г) 0,11

10. Понятию “ активная ценовая политика” соответствуют :
- а) ценовая конкуренция
 - б) ценовое лидерство
 - в) ценовое картельное соглашение
 - г) ценовая война
11. К какому критерию классификации цен относятся твердые цены?
- а) степень регулирования
 - б) устойчивость во времени
 - в) ориентир для фиксации контрактных цен
 - г) верно все вышеперечисленное
12. Калькулирование цены товара не может осуществляться:
- а) по цеховой себестоимости
 - б) по сокращенной себестоимости
 - в) по производственной себестоимости
 - г) по дифференцированной себестоимости

13.) Соотнесите название статей расходов и их обоснование

1) Цеховые расходы	А) представляют собой затраты, возникающие в процессе функционирования цеха. К ним относятся амортизационные отчисления на полное восстановление помещений цеха, расходы по его содержанию и эксплуатации (электроэнергия, водоснабжение, канализация), заработная плата с отчислениями цехового персонала и т.д.
2) Расходы на содержание и эксплуатацию машин и оборудования	Б) в них входят затраты, связанные с оборудованием, используемым в производственном процессе: амортизационные отчисления на полное восстановление по установленным нормам; расходы по его содержанию, включая заработную плату с отчислениями обслуживающего персонала.
3) Отчисления на социальные нужды	В) отражаются страховые взносы во внебюджетные фонды от заработной платы основных производственных рабочих по установленным законодательством нормам
4) Общехозяйственные расходы	Г) в целом их можно определить как затраты, обслуживающие процесс производства всего предприятия

14.) _____ — это совокупность принципов, правил и методик формирования цен, используемых участниками процесса ценообразования для решения конкретных задач.

- 15.) Укажите последовательность технологии определения цен:
- а) определение целей ценообразования;
 - б) анализ конъюнктуры рынка;
 - в) анализ цен конкурентов;
 - г) формирование политики и выбор стратегии ценообразования.

16.) Компетентностно-ориентированная задача.

Фирма реализует товар по цене 30 тыс. руб./т при объеме производства 1000 тонн. Поступает предложение о продаже дополнительно 200 т продукта по цене 22 тыс. руб./т. Оценить целесообразность принятия предложения, если прямые издержки составляют 20 тыс. руб./т, а суммарные косвенные (условно постоянные) затраты - 5000 тыс. руб. на весь объем производства.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №10

- По степени регулирования выделяют:
 - индексы цен
 - свободные цены
 - биржевые котировки
 - скользящие цены
- По характеру обслуживаемого оборота выделяют
 - цены аукционов
 - регулируемые цены
 - предельные цены
 - трансфертные цены
- По статьям калькуляции можно определить
 - доходы от реализации товаров
 - место возникновения расходов
 - общие затраты предприятия
 - совокупность затрат на определенный товар по предприятию в целом
- По сравнению с уровнем внутренней цены на один и тот же товар уровень мировой цены, как правило, будет:
 - выше
 - ниже
 - одинаковым
 - предельным
- Чтобы получить максимум прибыли, монополист должен выбрать такой объем выпуска, при котором
 - предельный доход равен предельным издержкам
 - предельные издержки равны общим издержкам
 - средние издержки равны цене продукта
 - предельные издержки равны цене продукта
- Совершенствование технологии сдвигает
 - кривую предложения вниз и вправо
 - кривую предложения вверх и влево
 - кривую спроса вниз и вправо
 - кривую спроса вверх и вправо
- Причиной падения цены на продукт является
 - Падение цен на производственные ресурсы
 - Падение цены на взаимодополняющий товар
 - Рост потребительских доходов
 - Рост налогов на частное предпринимательство
- Не относится к характеристике эластичного спроса на товар А утверждение, что
 - Коэффициент ценовой эластичности меньше 1
 - Общая выручка продавца сокращается, если цена растет
 - Покупатели относительно чутко реагируют на изменение цены
 - Относительное изменение объема спроса больше, чем относительное изменение цены
- Какие институты (организации, учреждения) занимаются регистрацией цен на макроуровне ?
 - органы статистики
 - специализированные маркетинговые фирмы
 - аналитические службы фирм
 - верно все вышеперечисленное

10. Торговая наценка - это процентная надбавка

- а) к оптовой цене
- б) к розничной цене
- в) к издержкам
- г) верно все вышеперечисленное

11. Стадии жизненного цикла, располагающие к снижению цен

- а) товарного роста
- б) внедрения на рынок
- в) зрелости
- г) спада

12. Для рынка монополистической конкуренции характерно

- а) чисто монопольное ценообразование
- б) ценообразование в полной зависимости от конкурентов
- в) ценообразование в соответствии с позиционированием товара на рынке
- г) соглашение по ценам

13. Соотнесите название и саму формулу

1-Средние постоянные издержки (AF)	A) $AFC = FC/Q$
2- Общие валовые издержки (TC)	Б) $TC = FC + VC$
3-Средние общие издержки (ATC)	В) $ATC = TC/Q$ Или $ATC = AFC + AVC$

14.) _____ - это набор правил и практических методов, которых целесообразно придерживаться при установлении рыночных цен на конкретные виды продукции, выпускаемых предприятием.

15.) Установите последовательность этапов ценовой реформы

- а) Появляется понятие «договорная цена» (на опытные изделия, на изделия высокого качества), «льготная цена» (с/х культуры – стимулирование развития с/х)
- б) предельно фиксированные цены (верхний предел цены), регулируемые цены (отпускная цена предприятия + 20% надбавка, свободные цены (оптовые и розничные организации) с учетом спроса, неконтролируемые розничные цены.
- в) либерализация цен
- г) ценообразование в условиях развития рынка:

16.) Компетентностно-ориентированная задача.

Компания будет использовать свои производственные мощности на 80% и выпускать 1000 ед. продукции. Полные затраты составляют 100 тыс. руб., рентабельность продукции - 20%. Определить интервал цены от безубыточности до рентабельности 20%.

Экзаменатор

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №11

1. На каких покупателей рассчитана стратегия “ стабильных цен “?
 - а) малообеспеченных
 - б) индивидуальных заказчиков
 - в) солидных постоянных клиентов
 - г) верны все варианты
2. Что составляет основу риска при применении стратегии “ цены проникновения”?
 - а) отсутствие приоритета перед конкурентами
 - б) необходимость последующего повышения цен
 - в) ограниченные производственные мощности предприятия
 - г) недостаточная емкость рынка
3. По статьям калькуляции можно определить
 - а) доходы от реализации товаров
 - б) место возникновения расходов
 - в) общие затраты предприятия
 - г) совокупность затрат на определенный товар по предприятию в целом
4. Какие институты (организации, учреждения) занимаются регистрацией цен на макроуровне ?
 - а) органы статистики
 - б) специализированные маркетинговые фирмы
 - в) аналитические службы фирм
 - г) верно все вышеперечисленное
5. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:
 - а) чистой монополией
 - б) совершенной конкуренцией
 - в) олигополией
 - г) монополистической конкуренцией
6. Чтобы получить максимум прибыли, монополист должен выбрать такой объем выпуска, при котором
 - а) предельный доход равен предельным издержкам
 - б) предельные издержки равны общим издержкам
 - в) средние издержки равны цене продукта
 - г) предельные издержки равны цене продукта
7. В отличие от конкурентной фирмы монополист
 - а) при данной кривой рыночного спроса может выбрать комбинацию цены и объема выпуска, которая дает максимум прибыли
 - б) максимизирует прибыль при равенстве предельного дохода и предельных издержках
 - в) может назначать любую цену на свой продукт
 - г) может произвести любой объем продукции и продать ее по любой цене
8. Деятельность спекулянтов
 - а) усиливает тенденцию к нестабильности цен
 - б) увеличивает риск для законного предпринимательства
 - в) вызывает экономические бумы
 - г) всегда приносит прибыль

9. Постоянные издержки фирмы – это
- издержки, которые несет фирма даже в том случае, если продукция не производится
 - затраты на ресурсы по ценам, действовавшим в момент их приобретения
 - минимальные издержки производства любого объема продукции при наиболее благоприятных условиях производства
 - затраты на отчисление заработной платы работникам
10. Способность и желание людей платить за что-либо - это
- спрос
 - потребность
 - необходимость
 - желание
11. Наиболее ликвидной частью текущих активов являются:
- Денежные средства и ценные бумаги.
 - Краткосрочная кредиторская задолженность.
 - Дебиторская задолженность.
 - Производственные запасы.
12. Чрезвычайно высокий удельный вес заемных средств в пассивах свидетельствует о каком риске банкротства.
- Повышенном
 - Умеренном
 - Пониженном
 - Отсутствии
13. Соотнесите виды затрат и их классификационный признак

1-Производственные	А-По месту и роли в системе управления производственно-торговым процессом
2-Прямые	Б-По способу включения в себестоимость
3-Затраты на оплату труда	В-По экономическому содержанию
4-Постоянные	Г-По отношению к объему производства

14.) ... – это рыночная структура, при которой большая часть выпускаемой продукции производится несколькими крупными фирмами, каждая из которых достаточно велика и оказывает влияние на весь рынок своими собственными действиями.

- 15.) Укажите последовательность технологии определения цен:
- определение целей ценообразования;
 - анализ конъюнктуры рынка;
 - анализ цен конкурентов;
 - формирование политики и выбор стратегии ценообразования.

16.) Компетентностно-ориентированная задача.

Определить, как изменение цен на сырье повлияет на критический объем выпуска продукции. Цена единицы товара составляет 1000 руб., удельные переменные затраты составляют 750 руб./ед., общие постоянные (косвенные) затраты - 120000 руб.

Цены на сырье возрастут на 10%, общий рост переменных затрат, в которые включаются затраты на сырье, составит 5%.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №12

1. Если чистый приведенный эффект (NPV) меньше нуля, то проект следует:
 - а) Отвергнуть.
 - б) Принять.
 - в) Затрудняюсь ответить.
 - г) Проект ни прибыльный, ни убыточный.
2. В кругообороте текущих активов участвуют средства:
 - а) Все перечисленное.
 - б) Производственно - материальные запасы и готовая продукция.
 - в) Дебиторская задолженность
 - г) Денежные средства.
3. Не относится к характеристике неэластичного спроса на товар А утверждение, что
 - а) Имеется большое число товаров-заменителей
 - б) Относительное изменение объема спроса меньше, чем относительное изменение цены
 - в) Данный товар является для потребителей товаром первой необходимости
 - г) Покупатели расходуют на покупку товара незначительную долю своего дохода
4. В долгосрочном периоде
 - а) все издержки являются переменными
 - б) все издержки являются постоянными
 - в) переменные издержки растут быстрее, чем постоянные
 - г) все издержки выступают как неявные
5. Для расчета оптимальной структуры капитала необходимы показатели:
 - а) Все названные.
 - б) Цена собственного и заемного капитала.
 - в) Взвешенная цена капитала.
 - г) Доля собственного и заемного капитала.
6. У монополиста предельные издержки обычно меньше цены продукта, потому что
 - а) цена больше предельного дохода
 - б) цена меньше предельного дохода
 - в) предельные издержки меньше средних издержек
 - г) предельные издержки больше средних издержек
7. В случае, если цена товара неэластичного спроса выросла с 7 до 8 тыс. руб., то выручка
 - а) выросла
 - б) сократилась
 - в) осталась неизменной
 - г) абсолютно неэластична
8. Падение спроса на товар X может вызвать
 - а) Уменьшение доходов потребителей
 - б) Увеличение цен на товары-субституты товара X
 - в) Ожидание роста цен на товар X
 - г) Падение предложения товара X
9. Расчетные ценовые показатели это:
 - а) трансфертные цены
 - б) индексы внутренних цен
 - в) индексы экспортных и импортных цен
 - г) цены параметрического ряда товаров

10. Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, если

- а) объем предложения равен объему спроса
- б) уровень технологии меняется постепенно
- в) цена равна издержкам плюс прибыль
- г) спрос равен предложению

11. По степени регулирования выделяют:

- а) индексы цен
- б) свободные цены
- в) биржевые котировки
- г) скользящие цены

12. Какие условия способствуют назначению высоких цен:

- а) повышенное качество
- б) высокая эластичность спроса
- в) совершенная конкуренция
- г) производитель - лидер по затратам

13.) Соотнесите название ценовой стратегии и её описание:

1) Ценовая стратегия по кривой освоения.	А) Данная стратегия эффективна для организации, которая более длительное время присутствует на рынке конкретного товара, обладает большим опытом, нежели ее конкуренты. Как правило, такая организация имеет более низкие затраты на производство и реализацию товара, а соответственно, и более высокую прибыль и рентабельность.
2) Стратегия сигнализирования ценами	Б) Данная стратегия исходит из того, что потребитель качество товара связывает с ценой. По мнению такого потребителя, высокая цена всегда устанавливается на высококачественный товар. Чем выше качество — тем выше цена. Информация о цене на товар для потребителя является доступной.
3) Ценовая стратегия по географическому принципу.	В) Смысл данной стратегии заключается в том, что организация имеет возможность реализовывать свой товар на нескольких товарных рынках, расположенных на различных территориях страны.

14.) ... — это исключительное положение хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов на рынке, дающее ему (им) возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке или затруднять доступ на рынок другим хозяйствующим субъектам.

15.) Установите последовательность этапов ценовой реформы

- а) Появляется понятие «договорная цена» (на опытные изделия, на изделия высокого качества), «льготная цена» (с/х культуры – стимулирование развития с/х)
- б) предельно фиксированные цены (верхний предел цены), регулируемые цены (отпускная цена предприятия + 20% надбавка, свободные цены (оптовые и розничные организации) с учетом спроса, неконтролируемые розничные цены.
- в) либерализация цен
- г) ценообразование в условиях развития рынка:

16.) Компетентностно-ориентированная задача.

Фирма проектирует получить 2000 тыс. руб. прибыли. Определить объем производства, при котором цель будет достигнута, если цена товара составляет 15 руб./ед., условно постоянные затраты - 6000 тыс. руб., а удельные переменные затраты - 5 руб./ед.

Экзаменатор

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №13

1. Наиболее ликвидной частью текущих активов являются:
 - а) Денежные средства и ценные бумаги.
 - б) Краткосрочная кредиторская задолженность.
 - в) Дебиторская задолженность.
 - г) Производственные запасы.
2. Частное от деления всех фактических финансовых издержек по всем кредитам на общую сумму заемных средств в анализируемом периоде - это:
 - а) Средняя расчетная ставка процента
 - б) Чистая рентабельность собственных средств
 - в) Финансовые издержки по заемным средствам
 - г) Нетто - результат эксплуатации инвестиций
3. Сдвиг кривой спроса на товар X можно объяснить тем, что:
 - а) Вкусы потребителей вызвали интерес к товару X, и поэтому они хотят покупать его при любой
 - б) Предложение товара X по некоторой причине уменьшилось
 - в) Цена товара X выросла, и как следствие этого потребители решили покупать этого товара
 - г) Цены товара X упали, поэтому потребители решили покупать его больше, чем раньше
4. Постоянные издержки фирмы – это:
 - а) Издержки, которые несет фирма даже в том случае, если продукция не производится
 - б) затраты на ресурсы по ценам, действовавшим в момент их приобретения
 - в) минимальные издержки производства любого объема продукции при наиболее благоприятных условиях производства
 - г) затраты на отчисление заработной платы работникам
5. Ценовая эластичность спроса будет расти с увеличением продолжительности периода, в течение которого предъявляется спрос, так как:
 - а) Потребители смогут приобрести товары – заменители
 - б) Общая торговая выручка снижается
 - в) Вырастет общий уровень цен
 - г) Доходы потребителей увеличатся
6. Деятельность спекулянтов:
 - а) усиливает тенденцию к нестабильности цен
 - б) увеличивает риск для законного предпринимательства
 - в) вызывает экономические бумы
 - г) всегда приносит прибыль
7. Если цены растут, а прочие условия неизменны, закон предложения проявляется в:
 - а) росте объема предложения
 - б) падении объема предложения
 - в) росте предложения
 - г) снижении предложения
8. По мере того как цена товара снижается, а величина спроса растет при линейной функции спроса,
 - а) общая выручка увеличивается до точки, в которой эластичность равна 1, после чего выручка уменьшается
 - б) происходит нарушение закона спроса
 - в) коэффициент эластичности не изменяется
 - г) эластичность спроса по доходу сокращается

9. Почему при анализе цен за основу берутся укрепленные и устоявшиеся показатели:

- а) позволяют выявить существенные и устоявшиеся зависимости
- б) с целью упростить расчеты
- в) с целью облегчения регистрации
- г) верно все вышеперечисленное

10. Если рыночная цена ниже равновесной, то

- а) возникает дефицит товаров
- б) появляются избытки товаров
- в) формируется рынок покупателя
- г) падает цена ресурсов

11. В точке безубыточности прибыль предприятия

- а) нулевая
- б) любая из вышеперечисленных
- в) отрицательная
- г) положительная

12. В структуру отпускной цены предприятия входят

- а) себестоимость, прибыль и валютный курс
- б) валютный курс и себестоимость
- в) прибыль и валютный курс
- г) себестоимость и прибыль

13. Соотнесите виды ценовых стратегий:

1. Стратегии дифференцированного ценообразования	А) категории покупателей неоднородны.
2. Стратегии конкурентного ценообразования	Б) с учетом в ценах конкурентоспособности продукции организации. Они включают в себя следующие
3. Стратегии ассортиментного ценообразования	В) производство и реализация организацией широкого ассортимента сопряженных товаров, включающего аналогичные, взаимозаменяемые и взаимодополняющие товары. К группе стратегий ассортиментного ценообразования

14. _____ - способ группировки затрат и определения себестоимости продукции по статьям расходов. Затраты по статьям калькуляции учитывают характер и структуру

15. Укажите последовательность жизненного цикла продукта:

- а) Стадия разработки и вступления товара на рынок
- б) Стадия роста
- в) Стадия «зрелости» продукта
- г) Стадия падения

16. Компетентностно-ориентированная задача

Фирма проектирует получить 2000 тыс. руб. прибыли. Определить объем производства, при котором цель будет достигнута, если цена товара составляет 15 руб./ед., условно постоянные затраты - 6000 тыс. руб., а удельные переменные затраты - 5 руб./ед.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №14

1. В кругообороте текущих активов участвуют средства:
 - а) Все перечисленное
 - б) Производственно - материальные запасы и готовая продукция.
 - в) Дебиторская задолженность.
 - г) Денежные средства.
2. Причинами конфликтов между акционерами и кредиторами являются:
 - а) Дивидендная политика
 - б) Все перечисленное.
 - в) Повышенный риск банкротства (при высоком уровне задолженности предприятия).
 - г) Эмиссия облигаций
3. Эластичность предложения зависит главным образом от
 - а) периода времени, в течение которого продавцы могут приспособиться к изменениям цен
 - б) того, является ли данный товар предметом первой необходимости или роскоши
 - в) доли дохода потребителя, направленной на покупку данного товара
 - г) числа товаров-заменителей данного товара
4. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:
 - а) чистой монополией
 - б) совершенной конкуренцией
 - в) олигополией
 - г) монополистической конкуренцией
5. Предположим, предложение товара "А" абсолютно неэластично. Если спрос на этот товар вырастет, то равновесная цена
 - а) увеличится, а равновесное количество останется неизменным
 - б) увеличится
 - в) увеличится, а равновесное количество уменьшится
 - г) уменьшится
6. В результате снижения цены на холодильники на 5% объем продаж увеличился на 4%. Спрос на холодильники является
 - а) неэластичным
 - б) эластичным
 - в) абсолютно эластичным
 - г) спросом единичной эластичности
7. Если рыночная цена ниже равновесной, то
 - а) возникает дефицит товаров
 - б) появляются избытки товаров
 - в) формируется рынок покупателя
 - г) падает цена ресурсов
8. Торговая наценка - это процентная надбавка
 - а) к оптовой цене
 - б) к розничной цене
 - в) к издержкам
 - г) верно все вышеперечисленное

9. Основные недостатки методов ценообразования, ориентированных на затраты:

- а) не учитывают спрос
- б) сложность расчетов
- в) не учитывают потребительские свойства товара
- г) верны все варианты

10. Округление цен относится к:

- а) методам ценообразования
- б) ценовым стратегиям
- в) тактическим приемам ценообразования
- г) верно все вышеперечисленное

11. Какие функции выполняет цена в роли индикатора рыночной конъюнктуры?

- а) характеристики соотношения спроса и предложения
- б) орудия конкурентной борьбы
- в) инструмента управления эффективностью рынка
- г) положительная

12. К какому критерию классификации цен относятся твердые цены?

- а) степень регулирования
- б) устойчивость во времени
- в) ориентир для фиксации контрактных цен
- г) верно все вышеперечисленное

13. В каком случае используются следующие конкретные стратегии:

1. стратегия ценообразования «набор»;	А) Данная стратегия применяется когда все товары, входящие в ассортиментную группу, пользуются спросом у потребителей, но спрос на конкретные товары ассортимента неравномерен
2. ценовая стратегия «комплект»;	Б) Данная стратегия применяется в основном при ценообразовании на взаимодополняющие товары.
3. ценовая стратегия «выше номинала»;	В) Данная стратегия используется на взаимозаменяемые и однородные товары, спрос на которые неравномерен по группам потребителей.
4. ценовая «имидж-стратегия».	Г) Данная стратегия применяется при условии, что покупатели оценивают качество на основе цен на взаимозаменяемую продукцию

14. _____ - это набор правил и практических методов, которых целесообразно придерживаться при установлении рыночных цен на конкретные виды продукции, выпускаемых предприятием.

15. Укажите последовательность этапов разработки ценовой стратегии:

- а) Сбор исходной информации
- б) Стратегический анализ
- в) Подготовка проекта ценовой стратегии организации

16. Компетентностно-ориентированная задача

Составьте структуру свободной розничной цены, если известны следующие данные:

- себестоимость изделия – 7,1 руб.;
- ставка акциза 45% к свободной отпускной цене (без НДС);
- НДС – 20% к свободной отпускной цене (без НДС);
- свободная отпускная цена (с НДС) – 21,4 руб.;
- оптовая надбавка – 6% к свободной цене;
- торговая надбавка – 25% к свободной цене.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №15

1. Целевой установкой политики управления оборотным капиталом является:
 - а) Все перечисленное
 - б) Определение объема и структуры текущих активов
 - в) Определение оптимального соотношения между объемом и структурой.
 - г) Определение эффективности использования оборотного капитала
2. Цена, которая устанавливается в соответствии с ценой, предлагаемой главным конкурентом на рынке - обычно ведущей фирмой отрасли - это:
 - а) "Психологическая" цена.
 - б) Цена с возмещением издержек производства.
 - в) Престижная цена.
 - г) Цена лидера.
3. Готовность покупать дополнительные единицы производимого товара только по более низкой цене лучше всего объясняет
 - а) принцип убывающей предельной полезности
 - б) эффект дохода
 - в) закон предложения
 - г) эффект замещения
4. Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы - это:
 - а) Горизонтальная линия при данном уровне цен
 - б) Имеет положительный наклон.
 - в) Вертикальная линия при данном объеме предложения.
 - г) Имеет отрицательный наклон.
5. Закон спроса предполагает, что
 - а) когда цена товара падает, объем планируемых покупок растет
 - б) кривая спроса обычно имеет положительный наклон
 - в) если доходы у потребителей растут, они обычно покупают больше товаров
 - г) превышение предложения над спросом вызывает снижение цены
6. При снижении цены телевизора на 4% объем предложения телевизоров снизится на 7%. Предложение является
 - а) эластичным
 - б) неэластичным
 - в) абсолютно эластичным
 - г) предложением единичной эластичности
7. Какие институты (организации, учреждения) занимаются регистрацией цен на макроуровне?
 - а) органы статистики
 - б) специализированные маркетинговые фирмы
 - в) аналитические службы фирм
 - г) верно все вышеперечисленное
8. По сравнению с уровнем внутренней цены на один и тот же товар уровень мировой цены, как правило, будет:
 - а) выше
 - б) ниже
 - в) одинаковым
 - г) предельным

9. Основные недостатки методов ценообразования, ориентированных на затраты:

- а) не учитывают спрос
- б) сложность расчетов
- в) не учитывают потребительские свойства товара
- г) верны все варианты

10. По степени регулирования выделяют:

- а) индексы цен
- б) свободные цены
- в) биржевые котировки
- г) скользящие цены

11. По характеру обслуживаемого оборота выделяют

- а) цены аукционов
- б) регулируемые цены
- в) предельные цены
- г) трансфертные цены

12. В долгосрочном периоде

- а) все издержки являются переменными
- б) все издержки являются постоянными
- в) переменные издержки растут быстрее, чем постоянные
- г) все издержки выступают как неявные

13. В каком случае используются следующие конкретные стратегии:

1. стратегия ценообразования «набор»;	А) Данная стратегия применяется когда все товары, входящие в ассортиментную группу, пользуются спросом у потребителей, но спрос на конкретные товары ассортимента неравномерен
2. ценовая стратегия «комплект»;	Б) Данная стратегия применяется в основном при ценообразовании на взаимодополняющие товары.
3. ценовая стратегия «выше номинала»;	В) Данная стратегия используется на взаимозаменяемые и однородные товары, спрос на которые неравномерен по группам потребителей.
4. ценовая «имидж-стратегия».	Г) Данная стратегия применяется при условии, что покупатели оценивают качество на основе цен на взаимозаменяемую продукцию

14. _____ — это процесс, обеспечивающий формирование, применение и контроль цен.

15. Укажите последовательность включения структурных элементов в розничную цену подакцизного импортного товара

- а) акциз;
- б) сборы за таможенное оформление;
- в) таможенная пошлина;
- г) НДС

16. Компетентностно-ориентированная задача

Фирма получила заказ на производство оборудования и его поставку через год. В договоре (контракте) предусмотрено использование скользящей цены. Базовая цена составит 1000000 руб./ед. Изменяющиеся части затрат следующие: заработная плата с отчислениями - 300 тыс. руб./ед.; затраты на основные материалы - 200 тыс. руб./ед. Затраты всего - 800 тыс. руб./ед.

За год цены на материалы выросли на 10%, ставки заработной платы - на 5%.

Определить окончательный вариант цены методом скользящего ценообразования.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №16

1. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:
 - а) чистой монополией
 - б) совершенной конкуренцией
 - в) олигополией
 - г) монополистической конкуренцией
2. Причинами конфликтов между акционерами и кредиторами являются:
 - а) Дивидендная политика
 - б) Все перечисленное.
 - в) Повышенный риск банкротства (при высоком уровне задолженности предприятия).
 - г) Эмиссия облигаций
3. Эластичность предложения зависит главным образом от
 - а) периода времени, в течение которого продавцы могут приспособиться к изменениям цен
 - б) того, является ли данный товар предметом первой необходимости или роскоши
 - в) доли дохода потребителя, направленной на покупку данного товара
 - г) числа товаров-заменителей данного товара
4. Для расчета оптимальной структуры капитала необходимы показатели:
 - а) Все названные.
 - б) Взвешенная цена капитала.
 - в) Цена собственного и заемного капитала.
 - г) Доля собственного и заемного капитала.
5. Предположим, предложение товара "А" абсолютно неэластично. Если спрос на этот товар вырастет, то равновесная цена
 - а) увеличится, а равновесное количество останется неизменным
 - б) увеличится
 - в) увеличится, а равновесное количество уменьшится
 - г) уменьшится
6. В результате снижения цены на холодильники на 5% объем продаж увеличился на 4%. Спрос на холодильники является
 - а) неэластичным
 - б) эластичным
 - в) абсолютно эластичным
 - г) спросом единичной эластичности
7. Если рыночная цена ниже равновесной, то
 - а) возникает дефицит товаров
 - б) появляются избытки товаров
 - в) формируется рынок покупателя
 - г) падает цена ресурсов
8. Торговая наценка - это процентная надбавка
 - а) к оптовой цене
 - б) к розничной цене
 - в) к издержкам
 - г) верно все вышеперечисленное

9. Основные недостатки методов ценообразования, ориентированных на затраты:

- а) не учитывают спрос
- б) сложность расчетов
- в) не учитывают потребительские свойства товара
- г) верны все варианты

10. Округление цен относится к:

- а) методам ценообразования
- б) ценовым стратегиям
- в) тактическим приемам ценообразования
- г) верно все вышеперечисленное

11. Какие функции выполняет цена в роли индикатора рыночной конъюнктуры?

- а) характеристики соотношения спроса и предложения
- б) орудия конкурентной борьбы
- в) инструмента управления эффективностью рынка
- г) положительная

12. К какому критерию классификации цен относятся твердые цены?

- а) степень регулирования
- б) устойчивость во времени
- в) ориентир для фиксации контрактных цен
- г) верно все вышеперечисленное

Укажите последовательность технологии

13. Соотнесите понятия и определения систем цен

1. Мировые цены	А) цены, обслуживающие международный рынок в целом и наиболее полно отражающие конъюнктуру товаров и услуг в масштабе общего мирового рынка.
2. Цены международных региональных рынков	Б) цены, являющиеся конкретной формой реализации мировых цен и обслуживающие международные региональные (базовые) рынки.
3. Национальные (внутренние) цены	В) цены, обслуживающие национальную экономику, формируемые с учетом особенностей отраслей национального хозяйства и полно отражающие конъюнктуру товаров и услуг на внутреннем рынке страны.
4. Цены в международном совместном бизнесе	Г) цены, обслуживающие товарообороты в масштабах деятельности предприятий с иностранными инвестициями, совместного бизнеса.

14. _____ – цены, обслуживающие обороты импортируемой и экспортируемой продукции.

15. Укажите путь товародвижения:

- а) предприятие;
- б) оптовая торговля;
- в) розничная торговля;
- г) потребители;

16. Компетентностно-ориентированная задача

Предприятие выпускает три вида продукции - А, В и С.

Выбрать наиболее рентабельные виды продукции по отношению:

- а) к полным издержкам (по полной прибыли);
- б) к прямым издержкам (по маржинальной прибыли).

Исходные данные для решения: объем производства товаров (единиц): А - 600, В - 200, С - 100.

Выручка от реализации продукции (тыс. руб.): А = 150, В = 400, С = 385.

Прямые затраты (тыс. руб.): А = 70; В = 150; С = 200.

Косвенные затраты составляют 380 (тыс. руб.).

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №17

1. Если заемные средства не привлекаются, то сила воздействия финансового рычага равна:
 - а) 1
 - б) 1/3
 - в) 0
 - г) 1/2
2. Брутто - результат эксплуатации инвестиций - это разница между добавленной стоимостью и:
 - а) Все перечисленное.
 - б) Расходами по оплате труда
 - в) Расходами по оплате труда и всеми связанным с ней обязательными платежами.
 - г) "Налоговой накруткой", связанной с превышением фактических расходов на оплату труда по сравнению с их нормируемой величиной.
3. Весь потребительский излишек присваивает фирма, которая
 - а) осуществляет совершенную ценовую дискриминацию
 - б) монополизирует рынок
 - в) сегментирует рынок
 - г) максимизирует валовую прибыль
4. Если предложение и спрос на товар возрастают, то
 - а) увеличивается общее количество товара
 - б) благосостояние общества возрастает
 - в) цена остается стабильной
 - г) цена повышается.
5. Закон спроса предполагает, что
 - а) когда цена товара падает, объем планируемых покупок растет
 - б) кривая спроса обычно имеет положительный наклон
 - в) если доходы у потребителей растут, они обычно покупают больше товаров
 - г) превышение предложения над спросом вызывает снижение цены
6. При снижении цены телевизора на 4% объем предложения телевизоров снизится на 7%. Предложение является
 - а) эластичным
 - б) неэластичным
 - в) абсолютно эластичным
 - г) предложением единичной эластичности
7. Какие институты (организации, учреждения) занимаются регистрацией цен на макроуровне?
 - а) органы статистики
 - б) специализированные маркетинговые фирмы
 - в) аналитические службы фирм
 - г) верно все вышеперечисленное
8. По сравнению с уровнем внутренней цены на один и тот же товар уровень мировой цены, как правило, будет:
 - а) выше
 - б) ниже
 - в) одинаковым
 - г) предельным

9. Основные недостатки методов ценообразования, ориентированных на затраты:

- а) не учитывают спрос
- б) сложность расчетов
- в) не учитывают потребительские свойства товара
- г) верны все варианты

10. По степени регулирования выделяют:

- а) индексы цен
- б) свободные цены
- в) биржевые котировки
- г) скользящие цены

11. По характеру обслуживаемого оборота выделяют

- а) цены аукционов
- б) регулируемые цены
- в) предельные цены
- г) трансфертные цены

12. В долгосрочном периоде

- а) все издержки являются переменными
- б) все издержки являются постоянными
- в) переменные издержки растут быстрее, чем постоянные
- г) все издержки выступают как неявные

13. Соотнесите представителей и их идеи:

1) В. Петти	А) естественная цена любого товара определяется количеством металлических денег, получаемых в среднем за него.
2) А. Смит	Б) меновая стоимость товара, т.е. их количественное соотношение в обмене, определяется количеством труда, затраченного на производство обмениваемых товаров. Рыночные цены колебались вокруг уровня, обусловленного соотношением
3) Д. Рикардо	В) единственным источником стоимости выступает лишь труд, затраченный на изготовление товара.
4) К. Маркс	Г) цена – это денежное выражение стоимости, а сама стоимость создается живым трудом наемных работников.

14. _____ — это совокупность принципов, правил и методик формирования цен, используемых участниками процесса ценообразования для решения конкретных задач.

15. Укажите последовательность возникновения теоретических аспектов цены:

- а) Теория В. Петти.;
- б) Теория А. Смита;
- в) Теория Д. Рикардо;
- г) Теория К. Маркса;

16. Компетентностно-ориентированная задача

Определить структуру розничной цены товара, реализуемого в магазине города Москвы, и выполнить ее анализ.

Исходные данные (в руб./кг) приведены в табл. 1.

Таблица 1

Цена товара в месте отправления	Место отправления	Транспортные расходы	Цена при поступлении в холодильник Москвы	Отпускная цена холодильника	Цена магазине Москвы
20	Калининград	1	21	23	30
15	Владивосток	5	20	22	30

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №18

1. Выручка от реализации, при которой предприятие уже не имеет убытков, но еще не имеет и прибылей - это:
 - а) Порог рентабельности.
 - б) Постоянные затраты.
 - в) Объем реализации.
 - г) Результат от реализации.
2. Если чистый приведенный эффект (NPV) меньше нуля, то проект следует:
 - а) Отвергнуть.
 - б) Принять.
 - в) Проект ни прибыльный, ни убыточный.
 - г) Отложить
3. Экономические издержки
 - а) включают в себя явные и неявные издержки, в том числе нормальную прибыль
 - б) включают в себя неявные издержки, но не включают явные
 - в) включают в себя явные издержки, но не включают неявные
 - г) не включают в себя ни явные, ни неявные издержки
4. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый, вызовет
 - а) рост спроса на второй товар
 - б) падение спроса на второй товар
 - в) увеличение объема спроса на второй товар
 - г) падение величины спроса на второй товар
5. Рост экономической прибыли на конкурентном рынке не способствует
 - а) повышению рыночной цены продукта
 - б) расширению производства в действующих фирмах
 - в) притоку в отрасль новых фирм
 - г) повышению цен на используемые продукты
6. Покупка товаров по низкой цене на одном рынке и продажа его по высокой цене на другом не является
 - а) средством повышения спроса на рынке с высоким уровнем цен
 - б) причиной ценовых различий на конкретных рынках
 - в) средством повышения предложения на рынке с высоким уровнем цен
 - г) операцией с целью получения прибыли
7. Понятию «активная ценовая политика» соответствуют:
 - а) ценовая конкуренция
 - б) ценовое лидерство
 - в) ценовое картельное соглашение
 - г) ценовая война
8. Спрос и предложение могут быть использованы для объяснения координирующей роли цены на рынке
 - а) любом
 - б) ресурсном
 - в) валютном
 - г) товарном

9. Стадии жизненного цикла, располагающие к снижению цен:

- а) товарного роста
- б) внедрения на рынок
- в) зрелости
- г) спада

10. Калькулирование цены товара не может осуществляться:

- а) по цеховой себестоимости
- б) по сокращенной себестоимости
- в) по производственной себестоимости
- г) по дифференцированной себестоимости

11. Для рынка монополистической конкуренции характерно

- а) чисто монопольное ценообразование
- б) ценообразование в полной зависимости от конкурентов
- в) ценообразование в соответствии с позиционированием товара на рынке
- г) соглашение по ценам

12. «Франко» это

- а) место, до которого все затраты на транспортировку включены в цену товара
- б) место, в которое должен быть доставлен товар
- в) место, где происходит передача товара от продавца к покупателю
- г) место, в котором осуществляется переход рисков с продавца к покупателю

13. Соотнесите классы и признаки затрат

1. По экономическому содержанию	А) Затраты на оплату труда
2. По отношению к технологическому процессу	Б) Накладные
3. По месту и роли в системе управления производственно-торговым процессом	В) Производственные
4. По отношению к объему производства	Г) Постоянные

14. _____ — это обязательные требования, предъявляемые к процессу ценообразования, в соответствии с которыми определяются и применяются цены на конкретные товары.

15. Укажите последовательность методики определения цен

- а) определение минимальной цены реализации;
- б) расчет начальной (исходной) цены;
- в) установление цены реализации;
- г) контроль цены;

16. Компетентностно-ориентированная задача

Компания будет использовать свои производственные мощности на 80% и выпускать 1000 ед. продукции. Полные затраты составляют 100 тыс. руб., рентабельность продукции - 20%. Определить интервал цены от безубыточности до рентабельности 20%.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №19

1) Готовность покупать дополнительные единицы производимого товара только по более низкой цене лучше всего объясняет:

- а) принцип убывающей предельной полезности
- б) эффект дохода
- в) закон предложения
- г) эффект замещения

2) Весь потребительский излишек присваивает фирма, которая:

- а) осуществляет совершенную ценовую дискриминацию
- б) монополизует рынок
- в) сегментирует рынок
- г) максимизирует валовую прибыль

3) Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы - это

- а) Горизонтальная линия при данном уровне цен
- б) Линия имеющая положительный наклон
- в) Вертикальная линия при данном объеме предложения
- г) Линия имеющая отрицательный наклон

4. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:

- а) чистой монополией
- б) совершенной конкуренцией
- в) олигополией
- г) монополистической конкуренцией

5) Рост цен на материалы, необходимые для производства товара X вызовет сдвиг:

- а) кривой предложения вверх (или влево)
- б) кривой спроса вверх (или вправо)
- в) кривой спроса и кривой предложения вверх
- г) кривой предложения вниз (или вправо)

6) Предположим, что предложение товара неэластично, а спрос на него сокращается, то общая выручка продавца:

- а) сокращается
- б) сокращается в том случае, если спрос является эластичным
- в) остается неизменной
- г) растет

7) Предположим, спрос на сельскохозяйственную продукцию неэластичен, то при хорошем урожае доходы фермеров:

- а) сократятся, так как относительное снижение цен окажется большим, чем относительное увеличение объема продаж
- б) вырастут, так как произойдет увеличение цен продукции, вызванное повышением спроса
- в) останутся неизменными, так как относительное увеличение объема будет равно относительному снижению цен
- г) вырастут, так как увеличится объем продаваемой продукции

8) Экономические издержки включают в себя явные и неявные издержки, в том числе нормальную прибыль:

- а) включают в себя явные и неявные издержки, в том числе нормальную прибыль
- б) включают в себя неявные издержки, но не включают явные
- в) включают в себя явные издержки, но не включают неявные
- г) не включают в себя ни явные, ни неявные издержки

9) Ценовая эластичность спроса будет выше:

- а) чем меньше необходим товар потребителю
- б) на товары первой необходимости, чем на предметы роскоши
- в) чем больше альтернативные издержки
- г) на предметы роскоши, чем на товары первой необходимости

10) Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый, вызовет:

- а) рост спроса на второй товар
- б) падение спроса на второй товар
- в) увеличение объема спроса на второй товар
- г) падение величины спроса на второй товар

11) Если однопроцентное сокращение цены на товар приводит к двухпроцентному увеличению объема спроса на него, то этот спрос:

- а) эластичный
- б) неэластичный
- в) единичной эластичности
- г) абсолютно неэластичный

12) Фирма производит и продает два товара - "А" и "Б". Товар "А" имеет много заменителей. Товар "Б" занимает значительную долю в расходах потребителей. Увеличение цены на каждый товар приводит к:

- а) сокращению выручки от продажи товара А и товара Б
- б) тому, что выручка от продажи товара А и товара Б остается неизменной
- в) увеличению выручки от продажи товара А и товара Б
- г) сокращению выручки от продажи товара А и увеличению выручки от продажи товара Б

13) Сопоставьте виды цен:

1) фиксированные	а. цены, установленные государством;
2) свободные цены	б. складывающиеся на свободном рынке под влиянием спроса и предложения;
3) стандартные цены	с. ориентированы на достаточно устойчивые вкусы потребителей;
4) единые цены	д. охватывают потребителей какой-либо определенной производственно-сбытовой системы;

14) _____ – это денежное выражение стоимости, а сама стоимость создается живым трудом наемных работников.

15) Укажите последовательность этапов разработки ценовой стратегии:

- а) Стратегический анализ
- б) Сбор исходной информации
- в) Подготовка проекта ценовой стратегии организации

16) Компетентностно-ориентированная задача

Определить величину акциза, НДС и оптовой цены в регулируемой розничной цене, если регулируемая цена за единицу товара - 30 руб./ед.; торговая скидка (наценка) - 10%, НДС в регулируемой цене - 16,67%, ставка акциза - 80%.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №20

- 1) Сдвиг кривой спроса на товар X можно объяснить тем, что:
 - а) Вкусы потребителей вызвали интерес к товару X, и поэтому они хотят покупать его при любой данной цене больше, чем раньше
 - б) Предложение товара X по некоторой причине уменьшилось
 - в) Цена товара X выросла, и как следствие этого потребители решили покупать этого товара меньше
 - г) Цены товара X упали, поэтому потребители решили покупать его больше, чем раньше
- 2) Не относится к характеристике неэластичного спроса на товар А утверждение, что:
 - а) Имеется большое число товаров-заменителей
 - б) Относительное изменение объема спроса меньше, чем относительное изменение цены
 - в) Данный товар является для потребителей товаром первой необходимости
 - г) Покупатели расходуют на покупку товара незначительную долю своего дохода
- 3) Если любое количество товара продается по одинаковой цене, то спрос на этот товар является:
 - а) абсолютно эластичным
 - б) абсолютно неэластичным
 - в) эластичным
 - г) спросом единичной эластичности
- 4) В долгосрочном периоде:
 - а) все издержки являются переменными
 - б) все издержки являются постоянными
 - в) переменные издержки растут быстрее, чем постоянные
 - г) все издержки выступают как неявные
- 5) Эластичность предложения зависит главным образом от:
 - а) периода времени, в течение которого продавцы могут приспособиться к изменениям цен
 - б) того, является ли данный товар предметом первой необходимости или роскоши
 - в) доли дохода потребителя, направленной на покупку данного товара
 - г) числа товаров-заменителей данного товара
- 6) Постоянные издержки фирмы – это
 - а) издержки, которые несет фирма даже в том случае, если продукция не производится
 - б) затраты на ресурсы по ценам, действовавшим в момент их приобретения
 - в) минимальные издержки производства любого объема продукции при наиболее благоприятных условиях производства
 - г) затраты на отчисление заработной платы работникам
- 7) Для расчета оптимальной структуры капитала необходимы показатели:
 - а) Все названные.
 - б) Взвешенная цена капитала.
 - в) Цена собственного и заемного капитала.
 - г) Доля собственного и заемного капитала.
- 8) Предположим, предложение товара "А" абсолютно неэластично. Если спрос на этот товар вырастет, то равновесная цена
 - а) увеличится, а равновесное количество останется неизменным
 - б) и равновесное количество вырастут
 - в) увеличится, а равновесное количество уменьшится
 - г) и равновесное количество уменьшатся

9) Закон спроса предполагает, что:

- а) когда цена товара падает, объем планируемых покупок растет
- б) кривая спроса обычно имеет положительный наклон
- в) если доходы у потребителей растут, они обычно покупают больше товаров
- г) превышение предложения над спросом вызывает снижение цены

10) Ценовая эластичность спроса будет расти с увеличением продолжительности периода, в течение которого предъявляется спрос, так как:

- а) потребители смогут приобрести товары – заменители
- б) общая торговая выручка снижается
- в) вырастет общий уровень цен
- г) доходы потребителей увеличатся

11) При снижении цены телевизора на 4% объем предложения телевизоров снизится на 7%. Предложение является:

- а) эластичным
- б) неэластичным
- в) абсолютно эластичным
- г) предложением единичной эластичности

12) Неэластичный спрос означает, что:

- а) рост цены на 1% приводит к сокращению величины спроса менее, чем на 1%
- б) незначительное повышение цены приводит к существенному повышению общей выручки
- в) любое изменение цены не приводит к изменению общей выручки
- г) рост цены на 1% приводит к сокращению величины спроса более, чем на 1%

13) Сопоставьте классификационные признаки и виды рынков:

1) по экономическому назначению:	a. рынок товаров, рынок труда, денежный рынок и др.;
2) по организации рыночного обмена:	b. оптовый и розничный рынки;
3) по формам собственности:	c. частный, кооперативный и государственный рынки;
4) по видам конкуренции:	d. рынки совершенной и несовершенной конкуренции (монополистический рынок, олигополистический рынок, рынок монополистической конкуренции)

14) _____ - это особая форма организации хозяйственной жизни общества, предполагающая взаимодействие экономических субъектов - хозяйственных единиц (производителей и потребителей).

15. Укажите последовательность жизненного цикла продукта:

- а) Стадия роста
- б) Стадия падения
- в) Стадия «зрелости» продукта
- г) Стадия разработки и вступления товара на рынок

16) Компетентностно-ориентированная задача

На территорию РФ ввозится бывший в употреблении автомобиль не для коммерческого использования. Определить розничную цену импортного товара. Исходные данные:

объем двигателя - 1500 см³;

таможенная стоимость (Тс) - 5000 дол. США;

таможенная пошлина (П) - 0,5 ЭКЮ/см³;

таможенный сбор (С) - 0,05% от таможенной стоимости.

Ставка акциза (На) - 5%, ставка НДС (Нн) - 20%, торговая наценка (Нт) - 20%. Курс доллара = 20 руб. за доллар.
1 ЭКЮ = 1,2 дол.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Шкала оценивания результатов тестирования: в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 баллов (установлено положением П 02.016).

Максимальный балл за тестирование представляет собой разность двух чисел: максимального балла по промежуточной аттестации для данной формы обучения (36 или 60) и максимального балла за решение компетентностно-ориентированной задачи (6).

Балл, полученный обучающимся за тестирование, суммируется с баллом, выставленным ему за решение компетентностно-ориентированной задачи.

Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по 5-балльной шкале следующим образом:

Соответствие 100-балльной и 5-ти балльной шкал:

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по 5-балльной шкале</i>
100-85	отлично
84-70	хорошо
69-50	удовлетворительно
49 и менее	неудовлетворительно

Критерии оценивания результатов тестирования:

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – **2 балла**, не выполнено – **0 баллов**.

Шкала оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи: в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 (установлено положением П 02.016).

Максимальное количество баллов за решение компетентностно-ориентированной задачи – 6 баллов.

Балл, полученный обучающимся за решение компетентностно-ориентированной задачи, суммируется с баллом, выставленным ему по результатам тестирования.

Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по 5-балльной шкале следующим образом:

Соответствие 100-балльной и 5-ти балльной шкал:

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по 5-балльной шкале</i>
100-85	отлично
84-70	хорошо
69-50	удовлетворительно
49 и менее	неудовлетворительно

Критерии оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи:

6-5 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует глубокое понимание обучающимся предложенной проблемы и разностороннее ее рассмотрение; свободно конструируемая работа представляет собой логичное, ясное и при этом краткое, точное описание хода решения задачи (последовательности (или выполнения) необходимых трудовых действий) и формулировку доказанного, правильного вывода (ответа); при этом обучающимся предложено несколько вариантов решения или оригинальное, нестандартное решение (или наиболее эффективное, или наиболее рациональное, или оптимальное, или единственно правильное решение); задача решена в установленное преподавателем время или с опережением времени.

4-3 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует понимание обучающимся предложенной проблемы; задача решена типовым способом в установленное преподавателем время; имеют место общие фразы и (или) несущественные недочеты в описании хода решения и (или) вывода (ответа).

2-1 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует поверхностное понимание обучающимся предложенной проблемы; осуществлена попытка шаблонного решения задачи, но при ее решении допущены ошибки и (или) превышено установленное преподавателем время.

0 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует непонимание обучающимся предложенной проблемы, и (или) значительное место занимают общие фразы и голословные рассуждения, и (или) задача не решена.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Юго-Западный государственный университет

Кафедра региональной экономики и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий кафедрой
региональной экономики и
менеджмента
(наименование кафедры полностью)

 Ю.С. Положенцева
(подпись)

« 27 » 06 2025 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
для текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации обучающихся
по дисциплине
Стратегии рыночного поведения
(наименование дисциплины)

38.03.02 Менеджмент
(код и наименование ОПОП ВО)

Курс – 2025

1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ КОЛЛОКВИУМА

Тема 1. «Формы рыночного и нерыночного поведения организаций. Особенности поведения организации и ценообразования в различных типах рыночных структур»

1. Особенности рыночной экономики.
2. Организация как субъект рыночной экономики.
3. Рынок. Рыночное поведение.
4. Основные элементы рыночного поведения.
5. Типы конкурентного поведения.
6. Нерыночное поведение организаций.
7. Особенности поведения организации и ценообразования в различных типах рыночных структур.
8. Основы управления себестоимостью на предприятии.
9. Экономическая сущность цены.
10. Теоретические подходы к экономической сущности цены. Теоретические аспекты цены.
11. Основные направления познания экономической природы цены. Маржинальная теория цены. Подходы к понятию стоимости.
12. Понятие функции цены. Учетная функция, стимулирующая, распределительная, балансирование спроса и предложения. Функция цены как критерия рационального размещения производства.
13. Основные принципы ценообразования. Внутренние и внешние факторы рыночного ценообразования.

Тема 2. «Основы управления себестоимостью на предприятии»

14. Себестоимость в составе цены.
15. Классификация затрат, входящих в себестоимость.
16. Планирование прибыли и рентабельности в составе цены.
17. Прямые и косвенные налоги в составе цены.
18. Акциз.
19. Налог на добавленную стоимость.
20. Надбавки (снабженческо-сбытовая, торговая) в цене товара.

Тема 3. «Методы ценообразования. Влияние изменения цен на результаты деятельности предприятия»

21. Система методов ценообразования.
22. Формирование цен на основе затрат предприятия.
23. Метод полных издержек.
24. Метод предельных издержек.
25. Метод ценообразования на основе дохода с оборота.
26. Метод рентабельности инвестиций.

27. Метод анализа безубыточности.
28. Ценообразование, ориентированное на спрос потребителей.
29. Параметрические методы ценообразования.
30. Методы ценообразования, ориентированные на конкурентов.

Установление окончательной цены.

31. Причины понижения или повышения цен предприятием.
32. Факторы, влияющие на изменение объема продаж.
33. Возможные последствия изменения розничных цен на результаты деятельности предприятия. Причина повышения цен (устойчивая инфляция, чрезмерный спрос).

Тема 4. «Ценовая политика предприятия. Ценовые стратегии предприятия»

34. Цели ценовой политики и принципы ценообразования.
35. Политика цен жизненного цикла товара.
36. Политика цен на новые изделия.
37. Тактические аспекты ценовой политики.
38. Скидки как инструмент ценовой политики фирмы.
39. Сущность ценовых стратегий.
40. Виды ценовых стратегий.
41. Стратегии дифференцированного ценообразования.
42. Стратегии конкурентного ценообразования.
43. Стратегии ассортиментного ценообразования.
44. Основные этапы разработки ценовых стратегий.

Шкала оценивания: 12 балльная

Критерии оценивания:

9-12 баллов (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если он принимает активное участие в беседе по большинству обсуждаемых вопросов (в том числе самых сложных); демонстрирует сформированную способность к диалогическому мышлению, проявляет уважение и интерес к иным мнениям; владеет глубокими (в том числе дополнительными) знаниями по существу обсуждаемых вопросов, ораторскими способностями и правилами ведения полемики; строит логичные, аргументированные, точные и лаконичные высказывания, сопровождаемые яркими примерами; легко и заинтересованно откликается на неожиданные ракурсы беседы; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

6-8 баллов (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если он принимает участие в обсуждении не менее 50% дискуссионных вопросов; проявляет уважение и интерес к иным мнениям, доказательно и корректно защищает свое мнение; владеет хорошими знаниями вопросов, в обсуждении которых принимает участие; умеет не столько вести полемику, сколько участвовать в ней; строит логичные, аргументированные высказывания, сопровождаемые подходящими примерами; не всегда откликается на неожиданные ракурсы беседы; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

3-5 баллов (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он принимает участие в беседе по одному-двум наиболее простым обсуждаемым вопросам; корректно выслушивает иные мнения; неуверенно ориентируется в содержании обсуждаемых вопросов, порой допуская ошибки; в полемике предпочитает занимать позицию заинтересованного слушателя; строит краткие, но в целом логичные высказывания, сопровождаемые наиболее очевидными примерами; теряется при возникновении неожиданных ракурсов беседы и в этом случае нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

0-2 балла (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он не владеет содержанием обсуждаемых вопросов или допускает грубые ошибки; пассивен в обмене мнениями или вообще не участвует в дискуссии; затрудняется в построении монологического высказывания и (или) допускает ошибочные высказывания; постоянно нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

1.2 РАЗБОР КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ (КЕЙС-ЗАДАЧИ)

Тема 1 «Формы рыночного и нерыночного поведения организаций. Особенности поведения организации и ценообразования в различных типах рыночных структур»

Преподаватель выбирает ситуацию для анализа и совместно со студентами проводит ее разбор.

Кейс-задача 1. «Невидимая рука рынка»

«Невидимая рука рынка» – популярная метафора, впервые использованная Адамом Смитом в своей работе «Исследование о природе и причинах богатства народов». В главе II книги IV Адам Смит пишет: «...Но всякий человек употребляет капитал на поддержку промышленности только ради прибыли, поэтому он всегда будет стараться употреблять его на поддержку той отрасли промышленности, продукт которой будет обладать наибольшей стоимостью и обмениваться на наибольшее количество денег или других товаров.

Но годовой доход любого общества всегда в точности равен меновой стоимости всего годового продукта его труда или, вернее, именно и представляет собой эту меновую стоимость. И поскольку каждый отдельный человек старается по возможности употреблять свой капитал на поддержку отечественной промышленности и так направлять эту промышленность, чтобы продукт её обладал наибольшей стоимостью, постольку он обязательно содействует тому, чтобы годовой доход общества был максимально велик.

Разумеется, обычно он не имеет в виду содействовать общественной пользе и не сознает, насколько он содействует ей. Предпочитая оказывать поддержку отечественному производству, а не иностранному, он имеет в виду лишь свой

собственный интерес, и осуществляя это производство таким образом, чтобы его продукт обладал максимальной

стоимостью, он преследует лишь свою собственную выгоду, причём в этом случае, как и во многих других, он невидимой рукой направляется к цели, которая совсем и не входила в его намерения; при этом общество не всегда страдает от того, что эта цель не входила в его намерения. Преследуя свои собственные интересы, он часто более действительным образом служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно стремится делать это».

Задание:

1. Прочитайте текст и сформулируйте принцип «невидимой руки рынка».
2. Раскройте смысл понятия «экономический человек».
3. Что Адам Смит понимал под «естественным порядком»?

Кейс-задача 2. «PR: кофе прибыльнее, чем газ или особенности российского рынка»

Какое отношение страна, в которой издревле пили квас, а в советские годы с детства приучали к чаю, имеет к любимому напитку Латинской Америки? Как за каких-то двадцать лет в сердцах россиян место чая – этого массового традиционного напитка – прочно занял место кофе? Где кофе, а где Россия-матушка? Как удалось сформировать мощные тренды покупательского интереса крупными производителями и продавцами натурального и растворимого кофе в России? Кто эти игроки? И что будут пить россияне в ближайшие годы?

Основные цифры, характеризующие рынок кофе в России Российский рынок кофе является наиболее динамично развивающимся рынком во всем мире. В 2011 году он составил 2,2 млрд. долларов. Сегодня, отмечают эксперты Masterforex-V, этот рынок является:

- бурно растущим. Как свидетельствует статистика, продажи кофе в стране за последние пять лет почти удвоились. Как результат, Россия вошла в первую десятку стран мира –активных потребителей кофе (7-е место после США, Бразилии, Германии, Японии,Франции и Италии). А по потреблению растворимого кофе нам вообще нет равных в мире – японцы, британцы, мексиканцы смотрят только в спину;

- перспективным. Так, если потребление кофе в США в прошлом году едва не достигло 1323 тонн, в Бразилии составило 1174 тонн, а в Германии – около 568 тонн, то у нас –всего 221,7 тонн. Разница выглядит куда наглядней в сопоставлении среднедушевого потребления кофе. Так вот, в России оно составляет 700-750 г., в западноевропейских странах – 5-6 кг., а в Финляндии достигает 12 кг. То есть емкость российского рынка значительно больше, ему есть куда расти. Ожидается, что количество россиян пьющих кофе в 2014 году увеличится в шесть раз, достигнув 68 процентов от всего населения;

- идет активное переключение с дешевой продукции (растворимый кофе) на более дорогую – натуральный кофе. Пока же 70 процентов потребления приходится на растворимый кофе, на цельный кофе или в молотых зернах – 30 процентов. Но еще сравнительно недавно это соотношение для производителей натурального кофе выглядело совсем безнадежным – 85х15. В той же Европе соотношение потребления

этих частей кофе сегодня составляет примерно 50х50, что говорит о незначительности роста в будущем там рынка натурального кофе. Тогда как в России ожидается, что ежегодный прирост рынка цельного кофе или в молотых зернах составит около 15 процентов.

Не забудем еще, что "черное ароматное золото" на международных рыночных торгах занимает второе место после... "неароматного черного золота" – нефти, кофе и шоколад оказались прибыльнее газа. По данным американского Forbes, "Газпром" по прибыльности в прошлом году оказался третьей компанией в мире – после Exxon Mobil и Nestle.

Применительно к российскому кофейному рынку все это означает, что его ожидает серьезное обострение конкуренции. Теперь развитие этого рынка будет зависеть от дополнительных усилий основных его игроков по продвижению своих торговых марок, от их готовности пойти на новые маркетинговые и рекламные технологии для удержания старых и приобретения новых потребителей.

Но вначале разумным будет проанализировать уже сложившуюся ситуацию на российском рынке кофе, оценить имеющиеся у него ресурсы, возможности и, конечно, проблемы.

Основными игроками российского рынка растворимого кофе являются 5 крупных компаний. Всем отечественным компаниям в совокупности принадлежит только порядка 12 процентов этого рынка. Среди ведущих компаний этого сегмента отметим:

Nestle S.A. (Швейцария, ТМ Nescafe). Рыночная доля компании в мире составляет 22,1 процента. Сегодня выручка Nestle в мире превышает 13 млрд. долларов в год. В России на нее приходится более 40 процентов всех продаж кофе (не лишним будет отметить, что в 2006 году Nestle контролировала 29,5% рынка):

Kraft Foods Inc. (США, ТМ Jacobs). В мире доля этой компании превышает 13 процентов. По результатам 2011 года Kraft Foods увеличила выручку на 10,5 процентов, до 54,4 млрд. долларов. В России ее рыночная доля составляет около 17 процентов (для сравнения, в 2006 году она равнялась 12,3%):

Strauss Group (Израиль, ТМ Черная Карта, Ambassador, Platinum, Le Cafe, Fort). Мировая доля компании составляет 2,1 процента. Оборот Strauss за прошлый год составил 2,2 млрд. долларов. В сегменте растворимого кофе в России она является третьим оператором.

Tchibo GmbH (Германия, ТМ Tchibo, Davidoff). Компания занимает пятое место среди крупнейших компаний-производителей кофе – 3 процента мирового рынка. Доля Tchibo в России составляет 13 процентов (в 2006 году она равнялась 8%).

"Орими трейд" (Россия, ТМ "Жокей") – единственный отечественный игрок на рынке растворимого кофе – 5-6 процента.

Оставшуюся долю делят более мелкие компании – **"Русский продукт"** (ТМ "Традиция", "Старая мельница"), "Московская кофейня на паях" (ТМ "Арабика", "Коломбо", "Суаре") и др.

Принципиально иная ситуация на отечественном рынке натурального кофе.

Здесь ключевыми игроками являются российские компании:

"Орими трейд" – лидер в сегменте натурального кофе страны (25-30%

рынка).

"Paulig Group" (Финляндия, ТМ Paulig) – занимает, по разным оценкам, от 15,5 до 17 процентов рынка.

"Strauss Group" – 13,5 процентов рынка натурального кофе.

"Куппо" (ТМ "Петр Великий", Attache) – 10-15 процентов.

"Kraft Foods" – 13 процентов рынка.

"Tchibo" – 6 процентов.

"Московская кофейня на паяхъ" – 6 процентов (в 2006 году в стоимостном выражении имела 15,4%) и др.

Как видим, на отечественном рынке кофе с большим отрывом лидируют международные игроки – Nestle и Kraft Foods, особенно это видно на рынке растворимого кофе. Что касается сегмента натурального кофе, то в отличие от рынка растворимого кофе он пока настолько мал, что не представляет особого интереса для крупных международных компаний.

Задание:

1. Составьте диаграмму «Доля рынка растворимого кофе в России, %».
2. Составьте диаграмму «Доля рынка натурального кофе в России, %».
3. Определите проблемы и перспективы развития рынка кофе в России.
4. Какие, на Ваш взгляд способы продвижения своих продуктов используют конкуренты, стараясь укрепить свои позиции на рынке кофе?

Шкала оценивания: 6 балльная

Критерии оценивания:

6-5 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует глубокое понимание обучающимся предложенной проблемы и разностороннее ее рассмотрение; свободно конструируемая работа представляет собой логичное, ясное и при этом краткое, точное описание хода решения задачи (последовательности (или выполнения) необходимых трудовых действий) и формулировку доказанного, правильного вывода (ответа); при этом обучающимся предложено несколько вариантов решения или оригинальное, нестандартное решение (или наиболее эффективное, или наиболее рациональное, или оптимальное, или единственно правильное решение); задача решена в установленное преподавателем время или с опережением времени.

4-3 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует понимание обучающимся предложенной проблемы; задача решена типовым способом в установленное преподавателем время; имеют место общие фразы и (или) несущественные недочеты в описании хода решения и (или) вывода (ответа).

2-1 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует поверхностное понимание обучающимся предложенной проблемы; осуществлена попытка шаблонного решения задачи, но при ее решении допущены ошибки и (или) превышено установленное преподавателем время.

0 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует непонимание обучающимся предложенной проблемы, и (или) значительное место занимают общие фразы и голословные рассуждения, и (или) задача не решена.

2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента
Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент
Курс 2

Утверждено на заседании кафедры
Региональной экономики и менеджмента
от «__» _____ 20__ г.
протокол №__

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №1

1. К методам, не использующим приведенную стоимость относится:

- а) Метод окупаемости
- б) Соотношение: "Доход - затраты".
- в) Индекс приведенных затрат.
- г) Чистая текущая стоимость.

2. Предположим, спрос на сельскохозяйственную продукцию неэластичен, то при хорошем урожае доходы фермеров

- а) сократятся, так как относительное снижение цен окажется большим, чем относительное увеличение объема продаж
- б) вырастут, так как произойдет увеличение цен продукции, вызванное повышением спроса
- в) останутся неизменными, так как относительное увеличение объема будет равно относительному снижению цен
- г) вырастут, так как увеличится объем продаваемой продукции

3. В результате снижения цены на холодильники на 5% объем продаж увеличился на 4%. Спрос на холодильники является

- а) неэластичным
- б) эластичным
- в) абсолютно эластичным
- г) спросом единичной эластичности

4. Основные недостатки методов ценообразования, ориентированных на затраты:

- а) не учитывают спрос
- б) сложность расчетов
- в) не учитывают потребительские свойства товара
- г) верны все варианты

5. По степени регулирования выделяют:

- а) индексы цен
- б) свободные цены
- в) биржевые котировки
- г) скользящие цены

6. Чрезвычайно высокий удельный вес заемных средств в пассивах свидетельствует о каком риске банкротства.

- а) Повышенном
- б) Умеренном
- в) Пониженном
- г) Отсутствии

7. Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы - это

- а) Горизонтальная линия при данном уровне цен
- б) Имеет положительный наклон
- в) Вертикальная линия при данном объеме предложения
- г) Имеет отрицательный наклон

8. Рост экономической прибыли на конкурентном рынке не способствует

- а) повышению рыночной цены продукта
- б) расширению производства в действующих фирмах
- в) притоку в отрасль новых фирм
- г) повышению цен на используемые продукты

9. Торговая наценка - это процентная надбавка

- а) к оптовой цене
- б) к розничной цене
- в) к издержкам
- г) верно все вышеперечисленное

10. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:

- а) чистой монополией
- б) совершенной конкуренцией
- в) олигополией
- г) монополистической конкуренцией

11. Частное от деления всех фактических финансовых издержек по всем кредитам на общую сумму заемных средств в анализируемом периоде - это:

- а) Средняя расчетная ставка процента
- б) Чистая рентабельность собственных средств
- в) Финансовые издержки по заемным средствам
- г) Нетто - результат эксплуатации инвестиций

12. Фирма производит и продает два товара - "А" и "Б". Товар "А" имеет много заменителей. Товар "Б" занимает значительную долю в расходах потребителей. Увеличение цены на каждый товар приводит к

- а) сокращению выручки от продажи товара А и товара Б
- б) тому, что выручка от продажи товара А и товара Б остается неизменной
- в) увеличению выручки от продажи товара А и товара Б
- г) сокращению выручки от продажи товара А и увеличению выручки от продажи товара Б

13. Соотнесите представителей и их идеи:

1. В. Петти	А. естественная цена любого товара определяется количеством металлических денег, получаемых в среднем за него.
2. А. Смит	В. меновая стоимость товара, т.е. их количественное соотношение в обмене, определяется количеством труда, затраченного на производство обмениваемых товаров. Рыночные цены колебались вокруг уровня, обусловленного соотношением
3. Д. Рикардо	С. единственным источником стоимости выступает лишь труд, затраченный на изготовление товара.
4. К. Маркс	Д. цена – это денежное выражение стоимости, а сама стоимость создается живым трудом наемных работников.

14. _____ - это форма выражения ценности благ (товаров), проявляющаяся в обмене.

15. Укажите последовательность технологии определения цен:

- а) определение целей ценообразования;
- б) анализ конъюнктуры рынка;
- в) анализ цен конкурентов;
- г) формирование политики и выбор стратегии ценообразования;

16. Компетентностно-ориентированная задача

1. Определите

- а) прибыль в свободной отпускной цене изделия;
 - б) свободную розничную цену изделия;
 - в) цену закупки, по которой розничная торговля будет рассчитываться с посредником.
2. Составьте структуру свободной отпускной и свободной розничной цен.

Исходные данные:

- себестоимость изделия – 22 500 руб.;
- свободная отпускная цена с НДС – 500 400 руб.;
- НДС – 20% к свободной отпускной цене (без НДС);
- акциз – 30% к свободной отпускной цене (без НДС);
- снабженческо-сбытовая надбавка – 15% к свободной отпускной цене;
- торговая надбавка – 25% к цене закупки.

Экзаменатор _____

Крыжановская О.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Утверждено на заседании кафедры

Направление подготовки

Региональной экономики и менеджмента

38.03.02 Менеджмент

от «__» _____ 20__ г.

Курс 2

протокол №__

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №2

1. Неэластичный спрос означает, что
 - а) рост цены на 1% приводит к сокращению величины спроса менее, чем на 1%
 - б) незначительное повышение цены приводит к существенному повышению общей выручки
 - в) любое изменение цены не приводит к изменению общей выручки
 - г) рост цены на 1% приводит к сокращению величины спроса более, чем на 1%
2. Почему при анализе цен за основу берутся укрепленные и устоявшиеся показатели:
 - а) позволяют выявить существенные и устоявшиеся зависимости
 - б) с целью упростить расчеты
 - в) с целью облегчения регистрации
 - г) верно все вышеперечисленное
3. Стадии жизненного цикла, располагающие к снижению цен
 - а) товарного роста
 - б) внедрения на рынок
 - в) зрелости
 - г) спада
4. Если чистый приведенный эффект (NPV) меньше нуля, то проект следует:
 - а) Отвергнуть.
 - б) Принять.
 - в) Затрудняюсь ответить.
 - г) Проект ни прибыльный, ни убыточный.
5. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый, вызовет
 - а) рост спроса на второй товар
 - б) падение спроса на второй товар
 - в) увеличение объема спроса на второй товар
 - г) падение величины спроса на второй товар
6. Пример естественной монополии - это
 - а) Городской метрополитен
 - б) Московский банк "Гермес"
 - в) Издательство "Известие"
 - г) ОПЕК - международный нефтяной картель
7. Какое из указанных ниже значений коэффициента по доходу относится к товарам первой необходимости?
 - а) Больше 0, но меньше 1
 - б) Меньше 0
 - в) Меньше 1
 - г) Равно 1
8. Какие функции выполняет цена в роли индикатора рыночной конъюнктуры?
 - а) характеристики соотношения спроса и предложения
 - б) орудия конкурентной борьбы
 - в) инструмента управления эффективностью рынка
 - г) верно все вышеперечисленное
9. Брутто - результат эксплуатации инвестиций - это разница между добавленной стоимостью и:
 - а) Все перечисленное.
 - б) Расходами по оплате труда
 - в) Расходами по оплате труда и всеми связанным с ней обязательными платежами.
 - г) "Налоговой накруткой", связанной с превышением фактических расходов на оплату труда по сравнению с их нормируемой величиной.
10. Ценовая эластичность спроса будет выше

- а) чем меньше необходим товар потребителю
- б) на товары первой необходимости, чем на предметы роскоши
- в) чем больше альтернативные издержки
- г) на предметы роскоши, чем на товары первой необходимости

11. Причиной падения цены на продукт является

- а) Падение цен на производственные ресурсы
- б) Падение цены на взаимодополняющий товар
- в) Рост потребительских доходов
- г) Рост налогов на частное предпринимательство

12. Расчетные ценовые показатели это:

- а) трансфертные цены
- б) индексы внутренних цен
- в) индексы экспортных и импортных цен
- г) цены параметрического ряда товаров

13. Соотнесите функции и их сущности:

1. Учетная	А. Определяется самой сущностью цены, так как является денежным выражением стоимости. Показывает, во что обходится обществу удовлетворение конкретной потребности в той или иной продукции. Измеряет, сколько затрачено труда, сырья, материалов, комплектующих
2. Стимулирующая	В. Сущность ее заключается в поощрительном или сдерживающем воздействии цены практически на производство и потребление различных видов товаров.
3. Распределительная	С. Эта функция связана с возможностью отклонения цены от стоимости под воздействием множества рыночных факторов. С помощью этой
4. Балансирование спроса и предложения	Д. Эта функция цены выражается в том, что через цены осуществляется связь между производством и потреблением,

14. _____ - выражает потребность в товаре со стороны покупателя с учетом имеющихся у него возможностей купить товар.

15. Укажите последовательность этапов разработки цен

- а) оценка себестоимости продукции на основе принятой учетной политики;
- б) расчет целевой прибыли в составе цены;
- в) определение возможности использования системы логистики на предприятии;
- г) выбор метода определения цены;

16. Компетентностно-ориентированная задача

Определите прибыль и рентабельность реализации импортного товара.

Исходные данные:

- свободная розничная цена, сложившаяся на рынке с учетом спроса и предложения – 200 руб.;
- таможенная стоимость, включая расходы по доставке товара до границы России, – 10 долл. (курс рубля к доллару принимается на момент решения задачи);
- ставка акциза – 35%;
- таможенная пошлина – 15% от таможенной стоимости;
- сборы за таможенное оформление – 0,15% от таможенной стоимости;
- ставка НДС – 20%;
- снабженческо-сбытовые расходы – 11 руб.;
- торговые издержки – 30 руб.

Экзаменатор _____

Крыжановская О.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №3

1. По характеру обслуживаемого оборота выделяют
 - а) цены аукционов
 - б) регулируемые цены
 - в) предельные цены
 - г) трансфертные цены
2. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:
 - а) чистой монополией
 - б) совершенной конкуренцией
 - в) олигополией
 - г) монополистической конкуренцией
3. Если однопроцентное сокращение цены на товар приводит к двухпроцентному увеличению объема спроса на него, то этот спрос
 - а) эластичный
 - б) неэластичный
 - в) единичной эластичности
 - г) абсолютно неэластичный
4. Из перечисленного : 1) Множество покупателей, приобретающих товар по текущей цене 2) Все продавцы и покупатели имеют полную информацию о рынке 3) Имеет место свободный вход и выход на рынок, совершенная конкуренция предполагает
 - а) 1,2,3
 - б) 1 и 2
 - в) 1 и 3
 - г) 1
5. Округление цен относится к :
 - а) методам ценообразования
 - б) ценовым стратегиям
 - в) тактическим приемам ценообразования
 - г) верно все вышеперечисленное
6. В структуру отпускной цены предприятия входят
 - а) себестоимость, прибыль и валютный курс
 - б) валютный курс и себестоимость
 - в) прибыль и валютный курс
 - г) себестоимость и прибыль
7. Показатель, отражающий результат эксплуатации каждых 100 руб. оборота - это:
 - а) Все перечисленное.
 - б) Коммерческая маржа.
 - в) Экономическая рентабельность оборота.
 - г) Рентабельность продаж
8. Экономические издержки
 - а) включают в себя явные и неявные издержки, в том числе нормальную прибыль
 - б) включают в себя неявные издержки, но не включают явные
 - в) включают в себя явные издержки, но не включают неявные
 - г) не включают в себя ни явные, ни неявные издержки
9. Ценовая эластичность спроса будет расти с увеличением продолжительности периода, в течение которого предъявляется спрос, так как

- а) потребители смогут приобрести товары – заменители
 б) общая торговая выручка снижается
 в) вырастет общий уровень цен
 г) доходы потребителей увеличатся
10. Какие институты (организации, учреждения) занимаются регистрацией цен на макроуровне ?
 а) органы статистики
 б) специализированные маркетинговые фирмы
 в) аналитические службы фирм
 г) верно все вышеперечисленное
11. Для каких товаров коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене положительной?
 а) составных частей
 б) субституты
 в) сопутствующих товаров
 г) верно все вышеперечисленное
12. Дает ли право на участие в управлении предприятием заемный капитал?
 а) Не дает.
 б) Дает
 в) В зависимости от уставных документов
 г) В зависимости от условий договора
13. Соотнесите величины коэффициента эластичности и их сущности:

1.	$E_{эл}=0$	A. совершенно не эластичные товары, без которых невозможно обойтись, например, соль, инсулин для диабетиков;
2.	$E_{эл}<1$	B. данный коэффициент показывает, что на каждый % изменения цены спрос меняется на величину менее 1%;
3.	$E_{эл}>1$	C. Данный коэффициент показывает, что объем спроса меняется более высокими темпами, чем цены;
4.	$E_{эл}=1$	D. данный коэффициент показывает, что на 1% изменения цены объем спроса меняется также на 1%.

14. _____ - цены, обслуживающие международный рынок в целом и наиболее полно отражающие конъюнктуру товаров и услуг в масштабе общего мирового рынка.

15. Укажите последовательность методики определения цен
 а) определение минимальной цены реализации;
 б) расчет начальной (исходной) цены;
 в) установление цены реализации;
 г) контроль цены;

16. Компетентностно-ориентированная задача

1. Определите регулируемую оптовую и розничную цены на новое изделие предприятия пищевой промышленности.

2. Составьте структуру регулируемой розничной цены. Исходные данные:

- сырье и материалы – 10,8% руб.;
- затраты на обработку изделия – 3,2 руб.;
- внепроизводственные расходы – 6% к производственной себестоимости;
- рентабельность, исчисленная как отношение прибыли к себестоимости – 20%;
- НДС – 10% к регулируемой розничной цене (за вычетом торговой скидки);
- торговая скидка – 15% к регулируемой розничной цене.

Экзаменатор _____

Крыжановская О.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №4

1. Готовность покупать дополнительные единицы производимого товара только по более низкой цене лучше всего объясняет
- принцип убывающей предельной полезности
 - эффект дохода
 - закон предложения
 - эффект замещения
2. Совершенствование технологии сдвигает
- кривую предложения вниз и вправо
 - кривую предложения вверх и влево
 - кривую спроса вниз и вправо
 - кривую спроса вверх и вправо
3. Если цены растут, а прочие условия неизменны, закон предложения проявляется в
- росте объема предложения
 - падении объема предложения
 - росте предложения
 - снижении предложения
4. Структура себестоимости это
- уровень затрат на производство товара
 - процентное соотношение отдельных видов затрат
 - материальные, финансовые и трудовые ресурсы предприятия
 - соотношение материальных, трудовых затрат и прибыли
5. В кругообороте текущих активов участвуют средства:
- Все перечисленное.
 - Производственно - материальные запасы и готовая продукция.
 - Дебиторская задолженность
 - Денежные средства.
6. Если предложение и спрос на товар возрастают, то
- увеличивается общее количество товара
 - благополучие общества возрастает
 - цена остается стабильной
 - цена повышается
7. У монополиста предельные издержки обычно меньше цены продукта, потому что
- цена больше предельного дохода
 - цена меньше предельного дохода
 - предельные издержки меньше средних издержек
 - предельные издержки больше средних издержек
8. По сравнению с уровнем внутренней цены на один и тот же товар уровень мировой цены, как правило, будет:
- выше
 - ниже
 - одинаковым
 - предельным
9. К какому критерию классификации цен относятся твердые цены?
- степень регулирования
 - устойчивость во времени
 - ориентир для фиксации контрактных цен
 - верно все вышеперечисленное

10. Приращение к рентабельности собственных средств, получаемое благодаря использованию кредита, несмотря на платность каждого - это:

- а) Эффект финансового рычага
- б) Эффект операционного рычага
- в) Финансовые издержки
- г) Порог рентабельности

11. Предположим, спрос на сельскохозяйственную продукцию неэластичен, то при хорошем урожае доходы фермеров

- а) сократятся, так как относительное снижение цен окажется большим, чем относительное увеличение объема продаж
- б) вырастут, так как произойдет увеличение цен продукции, вызванное повышением спроса
- в) останутся неизменными, так как относительное увеличение объема будет равно относительному снижению цен
- г) вырастут, так как увеличится объем продаваемой продукции

12. Если цена товара ниже точки пересечения кривой спроса и кривой предложения, то возникает

- а) дефицит
- б) избыток
- в) рост безработицы
- г) рост благосостояния продавца

13. Соотнесите принципы ценообразования и их сущности:

А. Принцип научной обоснованности цен	А. состоит в необходимости познания и учета объективных экономических законов развития рыночной экономики и, прежде всего, действие закона стоимости, законов спроса и предложения.
В. Принцип целевой направленности цен	В. требует четкого определения приоритетных экономических и социальных проблем, которые должны решаться с помощью цен.
С. Принцип непрерывности процесса ценообразования	С. является динамичным и непрерывным. На каждом этапе товародвижения имеется своя цена.
Д. Принцип единства процесса	Д. основан на контроле цен государственными органами, Государственный контроль осуществляют государственные органы ценообразования на федеральном и региональном уровне инспекциями по ценам, по торговле, качеству и защите прав потребителей при органах торговли.

14. _____ - цены, обслуживающие обороты импортируемой и экспортируемой продукции.

15. Укажите последовательность включения структурных элементов в розничную цену подакцизного импортного товара

- а) акциз;
- б) сборы за таможенное оформление;
- в) таможенная пошлина;
- г) НДС;

16. Компетентностно-ориентированная задача

Известно, что свободная розничная цена стиральной машины «Вятка» выпуска 1995 г. составляла 300 тыс. руб. Определите свободную розничную цену стиральной машины «Вятка» выпуска 1997 г. (без учета инфляции), если известно, что премиальная наценка за повышенную долговечность последней модели составляет 15% от цены, премиальная наценка за повышенную надежность рынка – 10% цены, премиальная надбавка за улучшенный дизайн – 10% цены, стоимость более длительной гарантии на узлы и детали – 5%, скидка с цены комплекта всех стоимостных показателей «Вятки»-94 установлена в размере 60 тыс. руб. Определите, какую модель стиральной машины предпочтет потребитель и почему.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №5

1. Базисные цены это:

- а) цены товара определенного качества и ограниченного количества в определенном географическом пункте
- б) цены товара наивысшего качества в определенном географическом пункте
- в) цены товара определенного количества и качества в заранее установленном географическом пункте
- г) верно все вышеперечисленное

2. Калькулирование цены товара не может осуществляться:

- а) по цеховой себестоимости
- б) по сокращенной себестоимости
- в) по производственной себестоимости
- г) по дифференцированной себестоимости

3. Если заемные средства не привлекаются, то сила воздействия финансового рычага равна:

- а) 1
- б) $1/3$
- в) 0
- г) $2/3$

4. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:

- а) чистой монополией
- б) совершенной конкуренцией
- в) олигополией
- г) монополистической конкуренцией

5. В отличие от конкурентной фирмы монополист

- а) при данной кривой рыночного спроса может выбрать комбинацию цены и объема выпуска, которая дает максимум прибыли
- б) максимизирует прибыль при равенстве предельного дохода и предельных издержках
- в) может назначать любую цену на свой продукт
- г) может произвести любой объем продукции и продать ее по любой цене

6. Индексный метод используется при анализе:

- а) соотношения цен
- б) уровня цен
- в) динамики цен
- г) взаимозависимости цен

7. «Франко» это

- а) место, до которого все затраты на транспортировку включены в цену товара
- б) место, в которое должен быть доставлен товар
- в) место, где происходит передача товара от продавца к покупателю
- г) место, в котором осуществляется переход рисков с продавца к покупателю

8. Финансовый анализ капитального бюджета предусматривает:

- а) Все перечисленное.
- б) Выбор инвестиций.
- в) Оценку и ранжирование вариантов.
- г) Поиск вариантов капиталовложений.

9. Предположим, что предложение товара неэластично, а спрос на него сокращается, то общая выручка продавца
- сокращается
 - сокращается в том случае, если спрос является эластичным
 - остаётся неизменной
 - растет
10. Не относится к характеристике эластичного спроса на товар А утверждение, что
- Коэффициент ценовой эластичности меньше 1
 - Общая выручка продавца сокращается, если цена растет
 - Покупатели относительно чутко реагируют на изменение цены
 - Относительное изменение объема спроса больше, чем относительное изменение цены
11. Спрос и предложение могут быть использованы для объяснения координирующей роли цены на рынке
- любом
 - ресурсов
 - валютном
 - товарном
12. Что составляет основу риска при применении стратегии “цены проникновения”?
- отсутствие приоритета перед конкурентами
 - необходимость последующего повышения цен
 - ограниченные производственные мощности предприятия
 - недостаточная емкость рынка
13. Соотнесите принципы ценообразования и их примеры:

А. Принцип научной обоснованности цен	А. базируется, прежде всего, на глубоком анализе конъюнктуры рынка, всех рыночных факторов, а также действующей в экономике системы цен. При этом необходимо выявлять тенденции развития производства на перспективу, прогнозировать изменение уровня издержек, спроса, качества товаров и др.
В. Принцип целевой направленности цен	В. решение проблем социальной защиты населения или целевой ориентации цен на освоение новой, прогрессивной продукции, повышения ее качества.
С. Принцип непрерывности процесса ценообразования	С. продукция в своем движении от сырья до готового изделия проходит ряд этапов (например, руда- чугуна- сталь- прокат и т.д.).
Д. Принцип единства процесса	Д. лекарственные средства, предназначенные для льготных групп населения.

14. _____ - соотношение отдельных элементов (себестоимости, прибыли, налогов, надбавок) в цене, то есть их доля в ее общей величине, взятой за 100 процентов.

15. Укажите последовательность возникновения теоретических аспектов цены:

- Теория В. Петти;
- Теория А. Смита;
- Теория Д. Рикардо;
- Теория К. Маркса;

16. Компетентностно-ориентированная задача

Составьте структуру свободной розничной цены. Исходные данные:

- себестоимость – 25 120 руб.;
- НДС – 20% к отпускной цене (без НДС);
- отпускная цена (с НДС) – 45 380 руб.;
- оптовая надбавка – 8% к отпускной цене;
- торговая надбавка – 20% к отпускной цене.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

Экзаменационный билет №6

1. Если продавец конкурирует с множеством себе подобных - все торгуют одинаковыми товарами - это:
 - а) Монополистическая конкуренция
 - б) Чистая монополия
 - в) Олигополистическая конкуренция
 - г) Чистая конкуренция
2. Постоянные издержки фирмы – это
 - а) издержки, которые несет фирма даже в том случае, если продукция не производится
 - б) затраты на ресурсы по ценам, действовавшим в момент их приобретения
 - в) минимальные издержки производства любого объема продукции при наиболее благоприятных условиях производства
 - г) затраты на отчисление заработной платы работникам
3. Закон спроса предполагает, что
 - а) когда цена товара падает, объем планируемых покупок растет
 - б) кривая спроса обычно имеет положительный наклон
 - в) если доходы у потребителей растут, они обычно покупают больше товаров
 - г) превышение предложения над спросом вызывает снижение цены
4. По мере того как цена товара снижается, а величина спроса растет при линейной функции спроса,
 - а) общая выручка увеличивается до точки, в которой эластичность равна 1, после чего выручка уменьшается
 - б) происходит нарушение закона спроса
 - в) коэффициент эластичности не изменяется
 - г) эластичность спроса по доходу сокращается
5. Какие функции выполняет цена в роли индикатора рыночной конъюнктуры?
 - а) характеристики соотношения спроса и предложения
 - б) орудия конкурентной борьбы
 - в) инструмента управления эффективностью рынка
 - г) верно все вышеперечисленное
6. Наиболее ликвидной частью текущих активов являются:
 - а) Денежные средства и ценные бумаги.
 - б) Краткосрочная кредиторская задолженность.
 - в) Дебиторская задолженность.
 - г) Производственные запасы.
7. Способность и желание людей платить за что-либо - это
 - а) спрос
 - б) потребность
 - в) необходимость
 - г) желание
8. В случае, если цена товара неэластичного спроса выросла с 7 до 8 тыс. руб., то выручка
 - а) выросла
 - б) сократилась
 - в) осталась неизменной
 - г) абсолютно неэластична

9. Понятию “ активная ценовая политика” соответствуют :

- а) ценовая конкуренция
- б) ценовое лидерство
- в) ценовое картельное соглашение
- г) ценовая война

10. Посредническая надбавка в цене товара определяется

- а) в процентах к отпускной цене
- б) в процентах к себестоимости товара
- в) в процентах от розничной цены
- г) в процентах от суммы материальных затрат

11. К основным видам источников средств предприятия, отражаемых в пассиве баланса относятся

- а) Все перечисленное.
- б) Внутренние источники (уставной капитал, нераспределенная прибыль и фонды собственных средств).
- в) Временно привлеченные средства.
- г) Заемные средства.

12. Если любое количество товара продается по одинаковой цене, то спрос на этот товар является

- а) абсолютно эластичным
- б) абсолютно неэластичным
- в) эластичным
- г) спросом единичной эластичности

13. Соотнесите виды цен и их сущности:

1. Оптовые цены на продукцию промышленности	A. цены, по которым реализуется и закупается продукция предприятий, фирм и организаций промышленности независимо от форм собственности в порядке оптового оборота.
2. Розничные цены	B. цены, по которым товары реализуются в торговой сети населению, предприятиям и организациям, они являются конечными; по этим ценам товары выбывают из сферы обращения и потребляются в домашнем хозяйстве или в производстве.
3. Аукционная цена	C. цена может существенно отличаться от рыночной цены (быть многократно выше ее), поскольку отражает уникальные и редкие свойства и признаки товаров.
4. Мировая цена	D. Цена находится под значительным влиянием государства, которое проводит регулирование внешнеэкономической деятельности через лицензирование, квотирование, субсидирование экспорта и импорта.

14. _____ - абсолютное количественное выражение цены в деньгах.

15. Укажите последовательность технологии определения цен:

- а) определение целей ценообразования;
- б) анализ конъюнктуры рынка;
- в) анализ цен конкурентов;
- г) формирование политики и выбор стратегии ценообразования;

16. Компетентностно-ориентированная задача

Определите структуру свободной отпускной и розничной цен платья женского шелкового, реализуемого частным магазином. Известно, что полная себестоимость платья составляет 2680 руб., свободная отпускная цена с НДС – 3860 руб., свободная розничная (рыночная) цена – 5095 руб., ставка НДС – 20%, оптовая надбавка – 11%.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от « » 20 г.

протокол №

И.о. зав. кафедрой Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №7

1. К полупеременным расходам могут быть отнесены:
 - а) Плата за кредит
 - б) Арендная плата
 - в) Транспортные расходы
 - г) Расходы на сырье и материалы
2. Целевой установкой политики управления оборотным капиталом является:
 - а) Все перечисленное.
 - б) Определение объема и структуры текущих активов
 - в) Определение оптимального соотношения между объемом и структурой.
 - г) Определение эффективности использования оборотного капитала
3. Дает ли право на участие в управлении предприятием заемный капитал?
 - а) Не дает.
 - б) Дает
 - в) В зависимости от уставных документов
 - г) В зависимости от условий договора
4. Если однопроцентное сокращение цены на товар приводит к двухпроцентному увеличению объема спроса на него, то этот спрос
 - а) эластичный
 - б) неэластичный
 - в) единичной эластичности
 - г) абсолютно неэластичный
5. Сдвиг кривой спроса на товар X можно объяснить тем, что
 - а) Вкусы потребителей вызвали интерес к товару X, и поэтому они хотят покупать его при любой данной цене больше, чем раньше
 - б) Предложение товара X по некоторой причине уменьшилось
 - в) Цена товара X выросла, и как следствие этого потребители решили покупать этого товара меньше
 - г) Цены товара X упали, поэтому потребители решили покупать его больше, чем раньше
6. Эластичность предложения зависит главным образом от
 - а) периода времени, в течение которого продавцы могут приспособиться к изменениям цен
 - б) того, является ли данный товар предметом первой необходимости или роскоши
 - в) доли дохода потребителя, направленной на покупку данного товара
 - г) числа товаров-заменителей данного товара
7. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:
 - а) чистой монополией
 - б) совершенной конкуренцией
 - в) олигополией
 - г) монополистической конкуренцией
8. Деятельность спекулянтов
 - а) усиливает тенденцию к нестабильности цен
 - б) увеличивает риск для законного предпринимательства
 - в) вызывает экономические бумы
 - г) всегда приносит прибыль

9. Если, несмотря на изменения цены товара, общая выручка не изменяется, коэффициент ценовой эластичности

- а) равен 1
- б) больше 1
- в) меньше 1
- г) равен 0

10. Индексный метод используется при анализе:

- а) соотношения цен
- б) уровня цен
- в) динамики цен
- г) взаимозависимости цен

11. Что составляет основу риска при применении стратегии “цены проникновения”?

- а) отсутствие приоритета перед конкурентами
- б) необходимость последующего повышения цен
- в) ограниченные производственные мощности предприятия
- г) недостаточная емкость рынка

12. Стадии жизненного цикла, располагающие к снижению цен

- а) товарного роста
- б) внедрения на рынок
- в) зрелости
- г) спада

13. Соотнесите название ценовой стратегии и её описание:

1. Ценовая стратегия по кривой освоения.	А. Данная стратегия эффективна для организации, которая более длительное время присутствует на рынке конкретного товара, обладает большим опытом, нежели ее конкуренты. Как правило, такая организация имеет более низкие затраты на производство и реализацию товара, а соответственно, и более высокую прибыль и рентабельность.
2. Стратегия сигнализирования ценами	В. Данная стратегия исходит из того, что потребитель качество товара связывает с ценой. По мнению такого потребителя, высокая цена всегда устанавливается на высококачественный товар. Чем выше качество — тем выше цена. Информация о цене на товар для потребителя является доступной.
3. Ценовая стратегия по географическому принципу.	С. Смысл данной стратегии заключается в том, что организация имеет возможность реализовывать свой товар на нескольких товарных рынках, расположенных на различных территориях страны.

14.) ... – способ группировки затрат и определения себестоимости продукции по статьям расходов.

15.) Укажите последовательность разработки ценовых стратегий:

- а) формируется и подготавливается исходная информация.
- б) проводится масштабный стратегический анализ, который предполагает разработку аналитических ситуаций
- в) подготавливается проект ценовой стратегии организации.

16.) Компетентностно-ориентированная задача. Определить структуру розничной цены товара, реализуемого в магазине города Москвы, и выполнить ее анализ.

Исходные данные (в руб./кг) приведены в табл. 1.

Таблица 1

Цена товара в месте отправления	Место отправления	Транспортные расходы	Цена при поступлении в холодильник Москвы	Отпускная цена холодильника	Цена в магазине Москвы
20	Калининград	1	21	23	30
15	Владивосток	5	20	22	30

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №8

1. К какому критерию классификации цен относятся твердые цены?
 - а) степень регулирования
 - б) устойчивость во времени
 - в) ориентир для фиксации контрактных цен
 - г) верно все вышеперечисленное
2. Для каких товаров коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене положительной?
 - а) составных частей
 - б) субституттов
 - в) сопутствующих товаров
 - г) верно все вышеперечисленное
3. Почему при анализе цен за основу берутся укрепленные и устоявшиеся показатели:
 - а) позволяют выявить существенные и устоявшиеся зависимости
 - б) с целью упростить расчеты
 - в) с целью облегчения регистрации
 - г) верно все вышеперечисленное
4. По сравнению с уровнем внутренней цены на один и тот же товар уровень мировой цены, как правило, будет:
 - а) выше
 - б) ниже
 - в) одинаковым
 - г) предельным
5. Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, если
 - а) объем предложения равен объему спроса
 - б) уровень технологии меняется постепенно
 - в) цена равна издержкам плюс прибыль
 - г) спрос равен предложению
6. Пример естественной монополии - это
 - а) Городской метрополитен
 - б) Московский банк "Гермес"
 - в) Издательство "Известие"
 - г) ОПЕК - международный нефтяной картель
7. Не вызывает сдвига кривой спроса изменение
 - а) цены товара
 - б) вкусов и предпочтений потребителей
 - в) размера и распределения национального дохода
 - г) численности или возраста потребителей
8. Не относится к характеристике эластичного спроса на товар А утверждение, что
 - а) Коэффициент ценовой эластичности меньше 1
 - б) Общая выручка продавца сокращается, если цена растет
 - в) Покупатели относительно чутко реагируют на изменение цены
 - г) Относительное изменение объема спроса больше, чем относительное изменение цены

9. Фирма производит и продает два товара - "А" и "Б". Товар "А" имеет много заменителей. Товар "Б" занимает значительную долю в расходах потребителей. Увеличение цены на каждый товар приводит к

- а) сокращению выручки от продажи товара А и товара Б
- б) тому, что выручка от продажи товара А и товара Б остается неизменной
- в) увеличению выручки от продажи товара А и товара Б
- г) сокращению выручки от продажи товара А и увеличению выручки от продажи товара Б

10. Если предложение и спрос на товар возрастают, то

- а) увеличивается общее количество товара
- б) благосостояние общества возрастает
- в) цена остается стабильной
- г) цена повышается

11. Финансовый анализ капитального бюджета предусматривает:

- а) Все перечисленное.
- б) Выбор инвестиций.
- в) Оценку и ранжирование вариантов.
- г) Поиск вариантов капиталовложений.

12. В кругообороте текущих активов участвуют средства:

- а) Все перечисленное.
- б) Производственно - материальные запасы и готовая продукция.
- в) Дебиторская задолженность
- г) Денежные средства.

13.) Соотнесите виды затрат и их классификационный признак

1-Производственные	А-По месту и роли в системе управления производственно-торговым процессом
2-Прямые	Б-По способу включения в себестоимость
3-Затраты на оплату труда	В-По экономическому содержанию
4-Постоянные	Г-По отношению к объему производства

14.) ... — это обязательные требования, предъявляемые к процессу ценообразования, в соответствии с которыми определяются и применяются цены на конкретные товары.

15.) Укажите последовательность технологии определения цен:

- а) определение целей ценообразования;
- б) анализ конъюнктуры рынка;
- в) анализ цен конкурентов;
- г) формирование политики и выбор стратегии ценообразования.

16.) Компетентностно-ориентированная задача.

Выполните калькулирование себестоимости продукции и определить цены двух видов товаров, если выпускается по одному изделию каждого вида, рентабельность (к себестоимости) составляет 20%.

Исходные данные (тыс. руб.) приведены в табл. 2.

Таблица 2

Показатель	Всего	Товар А (на ед. изделия)	Товар В (на ед. изделия)
1. Зарботная плата производственных рабочих (с отчислениями на социальные нужды)	10	6	4
2. Основные материалы	7	4	3
3. Зарплата административно-управленческого персонала с отчислениями	6		
4. Аренда помещения	12		
5. Электрическая энергия на технологические цели	5	2	3
6. Электрическая энергия на освещение цеха	2		
7. Амортизация оборудования	8		
8. Прочие затраты	10		

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №9

1. Если заемные средства не привлекаются, то сила воздействия финансового рычага равна:
 - а) 1
 - б) 1/3
 - в) 0
 - г) 02.мар
2. К методам, не использующих приведенную стоимость относится:
 - а) Метод окупаемости
 - б) Соотношение: "Доход - затраты".
 - в) Индекс приведенных затрат.
 - г) Чистая текущая стоимость.
3. Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы - это
 - а) Горизонтальная линия при данном уровне цен
 - б) Имеет положительный наклон
 - в) Вертикальная линия при данном объеме предложения
 - г) Имеет отрицательный наклон
4. Для расчета оптимальной структуры капитала необходимы показатели:
 - а) Все названные.
 - б) Взвешенная цена капитала.
 - в) Цена собственного и заемного капитала.
 - г) Доля собственного и заемного капитала.
5. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:
 - а) чистой монополией
 - б) совершенной конкуренцией
 - в) олигополией
 - г) монополистической конкуренцией
6. В случае, если цена товара неэластичного спроса выросла с 7 до 8 тыс. руб., то выручка
 - а) выросла
 - б) сократилась
 - в) осталась неизменной
 - г) абсолютно неэластична
7. У монополиста предельные издержки обычно меньше цены продукта, потому что
 - а) цена больше предельного дохода
 - б) цена меньше предельного дохода
 - в) предельные издержки меньше средних издержек
 - г) предельные издержки больше средних издержек
8. Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, если
 - а) объем предложения равен объему спроса
 - б) уровень технологии меняется постепенно
 - в) цена равна издержкам плюс прибыль
 - г) спрос равен предложению
9. Если цена товара выросла с 1,5 до 2 тыс. руб., а объем спроса сократился с 1000 до 900 единиц, то коэффициент ценовой эластичности равен
 - а) 0,37
 - б) 3
 - в) 2,71
 - г) 0,11

10. Понятию “ активная ценовая политика” соответствуют :
- а) ценовая конкуренция
 - б) ценовое лидерство
 - в) ценовое картельное соглашение
 - г) ценовая война
11. К какому критерию классификации цен относятся твердые цены?
- а) степень регулирования
 - б) устойчивость во времени
 - в) ориентир для фиксации контрактных цен
 - г) верно все вышеперечисленное
12. Калькулирование цены товара не может осуществляться:
- а) по цеховой себестоимости
 - б) по сокращенной себестоимости
 - в) по производственной себестоимости
 - г) по дифференцированной себестоимости

13.) Соотнесите название статей расходов и их обоснование

1) Цеховые расходы	А) представляют собой затраты, возникающие в процессе функционирования цеха. К ним относятся амортизационные отчисления на полное восстановление помещений цеха, расходы по его содержанию и эксплуатации (электроэнергия, водоснабжение, канализация), заработная плата с отчислениями цехового персонала и т.д.
2) Расходы на содержание и эксплуатацию машин и оборудования	Б) в них входят затраты, связанные с оборудованием, используемым в производственном процессе: амортизационные отчисления на полное восстановление по установленным нормам; расходы по его содержанию, включая заработную плату с отчислениями обслуживающего персонала.
3) Отчисления на социальные нужды	В) отражаются страховые взносы во внебюджетные фонды от заработной платы основных производственных рабочих по установленным законодательством нормам
4) Общехозяйственные расходы	Г) в целом их можно определить как затраты, обслуживающие процесс производства всего предприятия

14.) _____ — это совокупность принципов, правил и методик формирования цен, используемых участниками процесса ценообразования для решения конкретных задач.

- 15.) Укажите последовательность технологии определения цен:
- а) определение целей ценообразования;
 - б) анализ конъюнктуры рынка;
 - в) анализ цен конкурентов;
 - г) формирование политики и выбор стратегии ценообразования.

16.) Компетентностно-ориентированная задача.

Фирма реализует товар по цене 30 тыс. руб./т при объеме производства 1000 тонн. Поступает предложение о продаже дополнительно 200 т продукта по цене 22 тыс. руб./т. Оценить целесообразность принятия предложения, если прямые издержки составляют 20 тыс. руб./т, а суммарные косвенные (условно постоянные) затраты - 5000 тыс. руб. на весь объем производства.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №10

1. По степени регулирования выделяют:
 - а) индексы цен
 - б) свободные цены
 - в) биржевые котировки
 - г) скользящие цены
2. По характеру обслуживаемого оборота выделяют
 - а) цены аукционов
 - б) регулируемые цены
 - в) предельные цены
 - г) трансфертные цены
3. По статьям калькуляции можно определить
 - а) доходы от реализации товаров
 - б) место возникновения расходов
 - в) общие затраты предприятия
 - г) совокупность затрат на определенный товар по предприятию в целом
4. По сравнению с уровнем внутренней цены на один и тот же товар уровень мировой цены, как правило, будет:
 - а) выше
 - б) ниже
 - в) одинаковым
 - г) предельным
5. Чтобы получить максимум прибыли, монополист должен выбрать такой объем выпуска, при котором
 - а) предельный доход равен предельным издержкам
 - б) предельные издержки равны общим издержкам
 - в) средние издержки равны цене продукта
 - г) предельные издержки равны цене продукта
6. Совершенствование технологии сдвигает
 - а) кривую предложения вниз и вправо
 - б) кривую предложения вверх и влево
 - в) кривую спроса вниз и вправо
 - г) кривую спроса вверх и вправо
7. Причиной падения цены на продукт является
 - а) Падение цен на производственные ресурсы
 - б) Падение цены на взаимодополняющий товар
 - в) Рост потребительских доходов
 - г) Рост налогов на частное предпринимательство
8. Не относится к характеристике эластичного спроса на товар А утверждение, что
 - а) Коэффициент ценовой эластичности меньше 1
 - б) Общая выручка продавца сокращается, если цена растет
 - в) Покупатели относительно чутко реагируют на изменение цены
 - г) Относительное изменение объема спроса больше, чем относительное изменение цены
9. Какие институты (организации, учреждения) занимаются регистрацией цен на макроуровне ?
 - а) органы статистики
 - б) специализированные маркетинговые фирмы
 - в) аналитические службы фирм
 - г) верно все вышеперечисленное

10. Торговая наценка - это процентная надбавка

- а) к оптовой цене
- б) к розничной цене
- в) к издержкам
- г) верно все вышеперечисленное

11. Стадии жизненного цикла, располагающие к снижению цен

- а) товарного роста
- б) внедрения на рынок
- в) зрелости
- г) спада

12. Для рынка монополистической конкуренции характерно

- а) чисто монопольное ценообразование
- б) ценообразование в полной зависимости от конкурентов
- в) ценообразование в соответствии с позиционированием товара на рынке
- г) соглашение по ценам

13. Соотнесите название и саму формулу

1-Средние постоянные издержки (AF)	A) $AFC = FC/Q$
2- Общие валовые издержки (TC)	Б) $TC = FC + VC$
3-Средние общие издержки (ATC)	В) $ATC = TC/Q$ Или $ATC = AFC + AVC$

14.) _____ - это набор правил и практических методов, которых целесообразно придерживаться при установлении рыночных цен на конкретные виды продукции, выпускаемых предприятием.

15.) Установите последовательность этапов ценовой реформы

- а) Появляется понятие «договорная цена» (на опытные изделия, на изделия высокого качества), «льготная цена» (с/х культуры – стимулирование развития с/х)
- б) предельно фиксированные цены (верхний предел цены), регулируемые цены (отпускная цена предприятия + 20% надбавка, свободные цены (оптовые и розничные организации) с учетом спроса, неконтролируемые розничные цены.
- в) либерализация цен
- г) ценообразование в условиях развития рынка:

16.) Компетентностно-ориентированная задача.

Компания будет использовать свои производственные мощности на 80% и выпускать 1000 ед. продукции. Полные затраты составляют 100 тыс. руб., рентабельность продукции - 20%. Определить интервал цены от безубыточности до рентабельности 20%.

Экзаменатор

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №11

1. На каких покупателей рассчитана стратегия “ стабильных цен “?
 - а) малообеспеченных
 - б) индивидуальных заказчиков
 - в) солидных постоянных клиентов
 - г) верны все варианты
2. Что составляет основу риска при применении стратегии “ цены проникновения”?
 - а) отсутствие приоритета перед конкурентами
 - б) необходимость последующего повышения цен
 - в) ограниченные производственные мощности предприятия
 - г) недостаточная емкость рынка
3. По статьям калькуляции можно определить
 - а) доходы от реализации товаров
 - б) место возникновения расходов
 - в) общие затраты предприятия
 - г) совокупность затрат на определенный товар по предприятию в целом
4. Какие институты (организации, учреждения) занимаются регистрацией цен на макроуровне ?
 - а) органы статистики
 - б) специализированные маркетинговые фирмы
 - в) аналитические службы фирм
 - г) верно все вышеперечисленное
5. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:
 - а) чистой монополией
 - б) совершенной конкуренцией
 - в) олигополией
 - г) монополистической конкуренцией
6. Чтобы получить максимум прибыли, монополист должен выбрать такой объем выпуска, при котором
 - а) предельный доход равен предельным издержкам
 - б) предельные издержки равны общим издержкам
 - в) средние издержки равны цене продукта
 - г) предельные издержки равны цене продукта
7. В отличие от конкурентной фирмы монополист
 - а) при данной кривой рыночного спроса может выбрать комбинацию цены и объема выпуска, которая дает максимум прибыли
 - б) максимизирует прибыль при равенстве предельного дохода и предельных издержках
 - в) может назначать любую цену на свой продукт
 - г) может произвести любой объем продукции и продать ее по любой цене
8. Деятельность спекулянтов
 - а) усиливает тенденцию к нестабильности цен
 - б) увеличивает риск для законного предпринимательства
 - в) вызывает экономические бумы
 - г) всегда приносит прибыль

9. Постоянные издержки фирмы – это
- издержки, которые несет фирма даже в том случае, если продукция не производится
 - затраты на ресурсы по ценам, действовавшим в момент их приобретения
 - минимальные издержки производства любого объема продукции при наиболее благоприятных условиях производства
 - затраты на отчисление заработной платы работникам
10. Способность и желание людей платить за что-либо - это
- спрос
 - потребность
 - необходимость
 - желание
11. Наиболее ликвидной частью текущих активов являются:
- Денежные средства и ценные бумаги.
 - Краткосрочная кредиторская задолженность.
 - Дебиторская задолженность.
 - Производственные запасы.
12. Чрезвычайно высокий удельный вес заемных средств в пассивах свидетельствует о каком риске банкротства.
- Повышенном
 - Умеренном
 - Пониженном
 - Отсутствии
13. Соотнесите виды затрат и их классификационный признак

1-Производственные	А-По месту и роли в системе управления производственно-торговым процессом
2-Прямые	Б-По способу включения в себестоимость
3-Затраты на оплату труда	В-По экономическому содержанию
4-Постоянные	Г-По отношению к объему производства

14.) ... – это рыночная структура, при которой большая часть выпускаемой продукции производится несколькими крупными фирмами, каждая из которых достаточно велика и оказывает влияние на весь рынок своими собственными действиями.

- 15.) Укажите последовательность технологии определения цен:
- определение целей ценообразования;
 - анализ конъюнктуры рынка;
 - анализ цен конкурентов;
 - формирование политики и выбор стратегии ценообразования.

16.) Компетентностно-ориентированная задача.

Определить, как изменение цен на сырье повлияет на критический объем выпуска продукции. Цена единицы товара составляет 1000 руб., удельные переменные затраты составляют 750 руб./ед., общие постоянные (косвенные) затраты - 120000 руб.

Цены на сырье возрастут на 10%, общий рост переменных затрат, в которые включаются затраты на сырье, составит 5%.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №12

1. Если чистый приведенный эффект (NPV) меньше нуля, то проект следует:
 - а) Отвергнуть.
 - б) Принять.
 - в) Затрудняюсь ответить.
 - г) Проект ни прибыльный, ни убыточный.
2. В кругообороте текущих активов участвуют средства:
 - а) Все перечисленное.
 - б) Производственно - материальные запасы и готовая продукция.
 - в) Дебиторская задолженность
 - г) Денежные средства.
3. Не относится к характеристике неэластичного спроса на товар А утверждение, что
 - а) Имеется большое число товаров-заменителей
 - б) Относительное изменение объема спроса меньше, чем относительное изменение цены
 - в) Данный товар является для потребителей товаром первой необходимости
 - г) Покупатели расходуют на покупку товара незначительную долю своего дохода
4. В долгосрочном периоде
 - а) все издержки являются переменными
 - б) все издержки являются постоянными
 - в) переменные издержки растут быстрее, чем постоянные
 - г) все издержки выступают как неявные
5. Для расчета оптимальной структуры капитала необходимы показатели:
 - а) Все названные.
 - б) Цена собственного и заемного капитала.
 - в) Взвешенная цена капитала.
 - г) Доля собственного и заемного капитала.
6. У монополиста предельные издержки обычно меньше цены продукта, потому что
 - а) цена больше предельного дохода
 - б) цена меньше предельного дохода
 - в) предельные издержки меньше средних издержек
 - г) предельные издержки больше средних издержек
7. В случае, если цена товара неэластичного спроса выросла с 7 до 8 тыс. руб., то выручка
 - а) выросла
 - б) сократилась
 - в) осталась неизменной
 - г) абсолютно неэластична
8. Падение спроса на товар X может вызвать
 - а) Уменьшение доходов потребителей
 - б) Увеличение цен на товары-субституты товара X
 - в) Ожидание роста цен на товар X
 - г) Падение предложения товара X
9. Расчетные ценовые показатели это:
 - а) трансфертные цены
 - б) индексы внутренних цен
 - в) индексы экспортных и импортных цен
 - г) цены параметрического ряда товаров

10. Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, если

- а) объем предложения равен объему спроса
- б) уровень технологии меняется постепенно
- в) цена равна издержкам плюс прибыль
- г) спрос равен предложению

11. По степени регулирования выделяют:

- а) индексы цен
- б) свободные цены
- в) биржевые котировки
- г) скользящие цены

12. Какие условия способствуют назначению высоких цен:

- а) повышенное качество
- б) высокая эластичность спроса
- в) совершенная конкуренция
- г) производитель - лидер по затратам

13.) Соотнесите название ценовой стратегии и её описание:

1) Ценовая стратегия по кривой освоения.	А) Данная стратегия эффективна для организации, которая более длительное время присутствует на рынке конкретного товара, обладает большим опытом, нежели ее конкуренты. Как правило, такая организация имеет более низкие затраты на производство и реализацию товара, а соответственно, и более высокую прибыль и рентабельность.
2) Стратегия сигнализирования ценами	Б) Данная стратегия исходит из того, что потребитель качество товара связывает с ценой. По мнению такого потребителя, высокая цена всегда устанавливается на высококачественный товар. Чем выше качество — тем выше цена. Информация о цене на товар для потребителя является доступной.
3) Ценовая стратегия по географическому принципу.	В) Смысл данной стратегии заключается в том, что организация имеет возможность реализовывать свой товар на нескольких товарных рынках, расположенных на различных территориях страны.

14.) ... — это исключительное положение хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов на рынке, дающее ему (им) возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке или затруднять доступ на рынок другим хозяйствующим субъектам.

15.) Установите последовательность этапов ценовой реформы

- а) Появляется понятие «договорная цена» (на опытные изделия, на изделия высокого качества), «льготная цена» (с/х культуры – стимулирование развития с/х)
- б) предельно фиксированные цены (верхний предел цены), регулируемые цены (отпускная цена предприятия + 20% надбавка, свободные цены (оптовые и розничные организации) с учетом спроса, неконтролируемые розничные цены.
- в) либерализация цен
- г) ценообразование в условиях развития рынка:

16.) Компетентностно-ориентированная задача.

Фирма проектирует получить 2000 тыс. руб. прибыли. Определить объем производства, при котором цель будет достигнута, если цена товара составляет 15 руб./ед., условно постоянные затраты - 6000 тыс. руб., а удельные переменные затраты - 5 руб./ед.

Экзаменатор

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №13

1. Наиболее ликвидной частью текущих активов являются:
 - а) Денежные средства и ценные бумаги.
 - б) Краткосрочная кредиторская задолженность.
 - в) Дебиторская задолженность.
 - г) Производственные запасы.
2. Частное от деления всех фактических финансовых издержек по всем кредитам на общую сумму заемных средств в анализируемом периоде - это:
 - а) Средняя расчетная ставка процента
 - б) Чистая рентабельность собственных средств
 - в) Финансовые издержки по заемным средствам
 - г) Нетто - результат эксплуатации инвестиций
3. Сдвиг кривой спроса на товар X можно объяснить тем, что:
 - а) Вкусы потребителей вызвали интерес к товару X, и поэтому они хотят покупать его при любой
 - б) Предложение товара X по некоторой причине уменьшилось
 - в) Цена товара X выросла, и как следствие этого потребители решили покупать этого товара
 - г) Цены товара X упали, поэтому потребители решили покупать его больше, чем раньше
4. Постоянные издержки фирмы – это:
 - а) Издержки, которые несет фирма даже в том случае, если продукция не производится
 - б) затраты на ресурсы по ценам, действовавшим в момент их приобретения
 - в) минимальные издержки производства любого объема продукции при наиболее благоприятных условиях производства
 - г) затраты на отчисление заработной платы работникам
5. Ценовая эластичность спроса будет расти с увеличением продолжительности периода, в течение которого предъявляется спрос, так как:
 - а) Потребители смогут приобрести товары – заменители
 - б) Общая торговая выручка снижается
 - в) Вырастет общий уровень цен
 - г) Доходы потребителей увеличатся
6. Деятельность спекулянтов:
 - а) усиливает тенденцию к нестабильности цен
 - б) увеличивает риск для законного предпринимательства
 - в) вызывает экономические бумы
 - г) всегда приносит прибыль
7. Если цены растут, а прочие условия неизменны, закон предложения проявляется в:
 - а) росте объема предложения
 - б) падении объема предложения
 - в) росте предложения
 - г) снижении предложения
8. По мере того как цена товара снижается, а величина спроса растет при линейной функции спроса,
 - а) общая выручка увеличивается до точки, в которой эластичность равна 1, после чего выручка уменьшается
 - б) происходит нарушение закона спроса
 - в) коэффициент эластичности не изменяется
 - г) эластичность спроса по доходу сокращается

9. Почему при анализе цен за основу берутся укрепленные и устоявшиеся показатели:

- а) позволяют выявить существенные и устоявшиеся зависимости
- б) с целью упростить расчеты
- в) с целью облегчения регистрации
- г) верно все вышеперечисленное

10. Если рыночная цена ниже равновесной, то

- а) возникает дефицит товаров
- б) появляются избытки товаров
- в) формируется рынок покупателя
- г) падает цена ресурсов

11. В точке безубыточности прибыль предприятия

- а) нулевая
- б) любая из вышеперечисленных
- в) отрицательная
- г) положительная

12. В структуру отпускной цены предприятия входят

- а) себестоимость, прибыль и валютный курс
- б) валютный курс и себестоимость
- в) прибыль и валютный курс
- г) себестоимость и прибыль

13. Соотнесите виды ценовых стратегий:

1. Стратегии дифференцированного ценообразования	А) категории покупателей неоднородны.
2. Стратегии конкурентного ценообразования	Б) с учетом в ценах конкурентоспособности продукции организации. Они включают в себя следующие
3. Стратегии ассортиментного ценообразования	В) производство и реализация организацией широкого ассортимента сопряженных товаров, включающего аналогичные, взаимозаменяемые и взаимодополняющие товары. К группе стратегий ассортиментного ценообразования

14. _____ - способ группировки затрат и определения себестоимости продукции по статьям расходов. Затраты по статьям калькуляции учитывают характер и структуру

15. Укажите последовательность жизненного цикла продукта:

- а) Стадия разработки и вступления товара на рынок
- б) Стадия роста
- в) Стадия «зрелости» продукта
- г) Стадия падения

16. Компетентностно-ориентированная задача

Фирма проектирует получить 2000 тыс. руб. прибыли. Определить объем производства, при котором цель будет достигнута, если цена товара составляет 15 руб./ед., условно постоянные затраты - 6000 тыс. руб., а удельные переменные затраты - 5 руб./ед.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №14

1. В кругообороте текущих активов участвуют средства:
 - а) Все перечисленное
 - б) Производственно - материальные запасы и готовая продукция.
 - в) Дебиторская задолженность.
 - г) Денежные средства.
2. Причинами конфликтов между акционерами и кредиторами являются:
 - а) Дивидендная политика
 - б) Все перечисленное.
 - в) Повышенный риск банкротства (при высоком уровне задолженности предприятия).
 - г) Эмиссия облигаций
3. Эластичность предложения зависит главным образом от
 - а) периода времени, в течение которого продавцы могут приспособиться к изменениям цен
 - б) того, является ли данный товар предметом первой необходимости или роскоши
 - в) доли дохода потребителя, направленной на покупку данного товара
 - г) числа товаров-заменителей данного товара
4. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:
 - а) чистой монополией
 - б) совершенной конкуренцией
 - в) олигополией
 - г) монополистической конкуренцией
5. Предположим, предложение товара "А" абсолютно неэластично. Если спрос на этот товар вырастет, то равновесная цена
 - а) увеличится, а равновесное количество останется неизменным
 - б) увеличится
 - в) увеличится, а равновесное количество уменьшится
 - г) уменьшится
6. В результате снижения цены на холодильники на 5% объем продаж увеличился на 4%. Спрос на холодильники является
 - а) неэластичным
 - б) эластичным
 - в) абсолютно эластичным
 - г) спросом единичной эластичности
7. Если рыночная цена ниже равновесной, то
 - а) возникает дефицит товаров
 - б) появляются избытки товаров
 - в) формируется рынок покупателя
 - г) падает цена ресурсов
8. Торговая наценка - это процентная надбавка
 - а) к оптовой цене
 - б) к розничной цене
 - в) к издержкам
 - г) верно все вышеперечисленное

9. Основные недостатки методов ценообразования, ориентированных на затраты:

- а) не учитывают спрос
- б) сложность расчетов
- в) не учитывают потребительские свойства товара
- г) верны все варианты

10. Округление цен относится к:

- а) методам ценообразования
- б) ценовым стратегиям
- в) тактическим приемам ценообразования
- г) верно все вышеперечисленное

11. Какие функции выполняет цена в роли индикатора рыночной конъюнктуры?

- а) характеристики соотношения спроса и предложения
- б) орудия конкурентной борьбы
- в) инструмента управления эффективностью рынка
- г) положительная

12. К какому критерию классификации цен относятся твердые цены?

- а) степень регулирования
- б) устойчивость во времени
- в) ориентир для фиксации контрактных цен
- г) верно все вышеперечисленное

13. В каком случае используются следующие конкретные стратегии:

1. стратегия ценообразования «набор»;	А) Данная стратегия применяется когда все товары, входящие в ассортиментную группу, пользуются спросом у потребителей, но спрос на конкретные товары ассортимента неравномерен
2. ценовая стратегия «комплект»;	Б) Данная стратегия применяется в основном при ценообразовании на взаимодополняющие товары.
3. ценовая стратегия «выше номинала»;	В) Данная стратегия используется на взаимозаменяемые и однородные товары, спрос на которые неравномерен по группам потребителей.
4. ценовая «имидж-стратегия».	Г) Данная стратегия применяется при условии, что покупатели оценивают качество на основе цен на взаимозаменяемую продукцию

14. _____ - это набор правил и практических методов, которых целесообразно придерживаться при установлении рыночных цен на конкретные виды продукции, выпускаемых предприятием.

15. Укажите последовательность этапов разработки ценовой стратегии:

- а) Сбор исходной информации
- б) Стратегический анализ
- в) Подготовка проекта ценовой стратегии организации

16. Компетентностно-ориентированная задача

Составьте структуру свободной розничной цены, если известны следующие данные:

- себестоимость изделия – 7,1 руб.;
- ставка акциза 45% к свободной отпускной цене (без НДС);
- НДС – 20% к свободной отпускной цене (без НДС);
- свободная отпускная цена (с НДС) – 21,4 руб.;
- оптовая надбавка – 6% к свободной цене;
- торговая надбавка – 25% к свободной цене.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №15

1. Целевой установкой политики управления оборотным капиталом является:
 - а) Все перечисленное
 - б) Определение объема и структуры текущих активов
 - в) Определение оптимального соотношения между объемом и структурой.
 - г) Определение эффективности использования оборотного капитала
2. Цена, которая устанавливается в соответствии с ценой, предлагаемой главным конкурентом на рынке - обычно ведущей фирмой отрасли - это:
 - а) "Психологическая" цена.
 - б) Цена с возмещением издержек производства.
 - в) Престижная цена.
 - г) Цена лидера.
3. Готовность покупать дополнительные единицы производимого товара только по более низкой цене лучше всего объясняет
 - а) принцип убывающей предельной полезности
 - б) эффект дохода
 - в) закон предложения
 - г) эффект замещения
4. Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы - это:
 - а) Горизонтальная линия при данном уровне цен
 - б) Имеет положительный наклон.
 - в) Вертикальная линия при данном объеме предложения.
 - г) Имеет отрицательный наклон.
5. Закон спроса предполагает, что
 - а) когда цена товара падает, объем планируемых покупок растет
 - б) кривая спроса обычно имеет положительный наклон
 - в) если доходы у потребителей растут, они обычно покупают больше товаров
 - г) превышение предложения над спросом вызывает снижение цены
6. При снижении цены телевизора на 4% объем предложения телевизоров снизится на 7%. Предложение является
 - а) эластичным
 - б) неэластичным
 - в) абсолютно эластичным
 - г) предложением единичной эластичности
7. Какие институты (организации, учреждения) занимаются регистрацией цен на макроуровне?
 - а) органы статистики
 - б) специализированные маркетинговые фирмы
 - в) аналитические службы фирм
 - г) верно все вышеперечисленное
8. По сравнению с уровнем внутренней цены на один и тот же товар уровень мировой цены, как правило, будет:
 - а) выше
 - б) ниже
 - в) одинаковым
 - г) предельным

9. Основные недостатки методов ценообразования, ориентированных на затраты:

- а) не учитывают спрос
- б) сложность расчетов
- в) не учитывают потребительские свойства товара
- г) верны все варианты

10. По степени регулирования выделяют:

- а) индексы цен
- б) свободные цены
- в) биржевые котировки
- г) скользящие цены

11. По характеру обслуживаемого оборота выделяют

- а) цены аукционов
- б) регулируемые цены
- в) предельные цены
- г) трансфертные цены

12. В долгосрочном периоде

- а) все издержки являются переменными
- б) все издержки являются постоянными
- в) переменные издержки растут быстрее, чем постоянные
- г) все издержки выступают как неявные

13. В каком случае используются следующие конкретные стратегии:

1. стратегия ценообразования «набор»;	А) Данная стратегия применяется когда все товары, входящие в ассортиментную группу, пользуются спросом у потребителей, но спрос на конкретные товары ассортимента неравномерен
2. ценовая стратегия «комплект»;	Б) Данная стратегия применяется в основном при ценообразовании на взаимодополняющие товары.
3. ценовая стратегия «выше номинала»;	В) Данная стратегия используется на взаимозаменяемые и однородные товары, спрос на которые неравномерен по группам потребителей.
4. ценовая «имидж-стратегия».	Г) Данная стратегия применяется при условии, что покупатели оценивают качество на основе цен на взаимозаменяемую продукцию

14. _____ — это процесс, обеспечивающий формирование, применение и контроль цен.

15. Укажите последовательность включения структурных элементов в розничную цену подакцизного импортного товара

- а) акциз;
- б) сборы за таможенное оформление;
- в) таможенная пошлина;
- г) НДС

16. Компетентностно-ориентированная задача

Фирма получила заказ на производство оборудования и его поставку через год. В договоре (контракте) предусмотрено использование скользящей цены. Базовая цена составит 1000000 руб./ед. Изменяющиеся части затрат следующие: заработная плата с отчислениями - 300 тыс. руб./ед.; затраты на основные материалы - 200 тыс. руб./ед. Затраты всего - 800 тыс. руб./ед.

За год цены на материалы выросли на 10%, ставки заработной платы - на 5%.

Определить окончательный вариант цены методом скользящего ценообразования.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №16

1. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:
 - а) чистой монополией
 - б) совершенной конкуренцией
 - в) олигополией
 - г) монополистической конкуренцией
2. Причинами конфликтов между акционерами и кредиторами являются:
 - а) Дивидендная политика
 - б) Все перечисленное.
 - в) Повышенный риск банкротства (при высоком уровне задолженности предприятия).
 - г) Эмиссия облигаций
3. Эластичность предложения зависит главным образом от
 - а) периода времени, в течение которого продавцы могут приспособиться к изменениям цен
 - б) того, является ли данный товар предметом первой необходимости или роскоши
 - в) доли дохода потребителя, направленной на покупку данного товара
 - г) числа товаров-заменителей данного товара
4. Для расчета оптимальной структуры капитала необходимы показатели:
 - а) Все названные.
 - б) Взвешенная цена капитала.
 - в) Цена собственного и заемного капитала.
 - г) Доля собственного и заемного капитала.
5. Предположим, предложение товара "А" абсолютно неэластично. Если спрос на этот товар вырастет, то равновесная цена
 - а) увеличится, а равновесное количество останется неизменным
 - б) увеличится
 - в) увеличится, а равновесное количество уменьшится
 - г) уменьшится
6. В результате снижения цены на холодильники на 5% объем продаж увеличился на 4%. Спрос на холодильники является
 - а) неэластичным
 - б) эластичным
 - в) абсолютно эластичным
 - г) спросом единичной эластичности
7. Если рыночная цена ниже равновесной, то
 - а) возникает дефицит товаров
 - б) появляются избытки товаров
 - в) формируется рынок покупателя
 - г) падает цена ресурсов
8. Торговая наценка - это процентная надбавка
 - а) к оптовой цене
 - б) к розничной цене
 - в) к издержкам
 - г) верно все вышеперечисленное

9. Основные недостатки методов ценообразования, ориентированных на затраты:

- а) не учитывают спрос
- б) сложность расчетов
- в) не учитывают потребительские свойства товара
- г) верны все варианты

10. Округление цен относится к:

- а) методам ценообразования
- б) ценовым стратегиям
- в) тактическим приемам ценообразования
- г) верно все вышеперечисленное

11. Какие функции выполняет цена в роли индикатора рыночной конъюнктуры?

- а) характеристики соотношения спроса и предложения
- б) орудия конкурентной борьбы
- в) инструмента управления эффективностью рынка
- г) положительная

12. К какому критерию классификации цен относятся твердые цены?

- а) степень регулирования
- б) устойчивость во времени
- в) ориентир для фиксации контрактных цен
- г) верно все вышеперечисленное

Укажите последовательность технологии

13. Соотнесите понятия и определения систем цен

1. Мировые цены	А) цены, обслуживающие международный рынок в целом и наиболее полно отражающие конъюнктуру товаров и услуг в масштабе общего мирового рынка.
2. Цены международных региональных рынков	Б) цены, являющиеся конкретной формой реализации мировых цен и обслуживающие международные региональные (базовые) рынки.
3. Национальные (внутренние) цены	В) цены, обслуживающие национальную экономику, формируемые с учетом особенностей отраслей национального хозяйства и полно отражающие конъюнктуру товаров и услуг на внутреннем рынке страны.
4. Цены в международном совместном бизнесе	Г) цены, обслуживающие товарообороты в масштабах деятельности предприятий с иностранными инвестициями, совместного бизнеса.

14. _____ – цены, обслуживающие обороты импортируемой и экспортируемой продукции.

15. Укажите путь товародвижения:

- а) предприятие;
- б) оптовая торговля;
- в) розничная торговля;
- г) потребители;

16. Компетентностно-ориентированная задача

Предприятие выпускает три вида продукции - А, В и С.

Выбрать наиболее рентабельные виды продукции по отношению:

- а) к полным издержкам (по полной прибыли);
- б) к прямым издержкам (по маржинальной прибыли).

Исходные данные для решения: объем производства товаров (единиц): А - 600, В - 200, С - 100.

Выручка от реализации продукции (тыс. руб.): А = 150, В = 400, С = 385.

Прямые затраты (тыс. руб.): А = 70; В = 150; С = 200.

Косвенные затраты составляют 380 (тыс. руб.).

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №17

1. Если заемные средства не привлекаются, то сила воздействия финансового рычага равна:
 - а) 1
 - б) $1/3$
 - в) 0
 - г) $1/2$
2. Брутто - результат эксплуатации инвестиций - это разница между добавленной стоимостью и:
 - а) Все перечисленное.
 - б) Расходами по оплате труда
 - в) Расходами по оплате труда и всеми связанным с ней обязательными платежами.
 - г) "Налоговой накруткой", связанной с превышением фактических расходов на оплату труда по сравнению с их нормируемой величиной.
3. Весь потребительский излишек присваивает фирма, которая
 - а) осуществляет совершенную ценовую дискриминацию
 - б) монополизирует рынок
 - в) сегментирует рынок
 - г) максимизирует валовую прибыль
4. Если предложение и спрос на товар возрастают, то
 - а) увеличивается общее количество товара
 - б) благосостояние общества возрастает
 - в) цена остается стабильной
 - г) цена повышается.
5. Закон спроса предполагает, что
 - а) когда цена товара падает, объем планируемых покупок растет
 - б) кривая спроса обычно имеет положительный наклон
 - в) если доходы у потребителей растут, они обычно покупают больше товаров
 - г) превышение предложения над спросом вызывает снижение цены
6. При снижении цены телевизора на 4% объем предложения телевизоров снизится на 7%. Предложение является
 - а) эластичным
 - б) неэластичным
 - в) абсолютно эластичным
 - г) предложением единичной эластичности
7. Какие институты (организации, учреждения) занимаются регистрацией цен на макроуровне?
 - а) органы статистики
 - б) специализированные маркетинговые фирмы
 - в) аналитические службы фирм
 - г) верно все вышеперечисленное
8. По сравнению с уровнем внутренней цены на один и тот же товар уровень мировой цены, как правило, будет:
 - а) выше
 - б) ниже
 - в) одинаковым
 - г) предельным

9. Основные недостатки методов ценообразования, ориентированных на затраты:

- а) не учитывают спрос
- б) сложность расчетов
- в) не учитывают потребительские свойства товара
- г) верны все варианты

10. По степени регулирования выделяют:

- а) индексы цен
- б) свободные цены
- в) биржевые котировки
- г) скользящие цены

11. По характеру обслуживаемого оборота выделяют

- а) цены аукционов
- б) регулируемые цены
- в) предельные цены
- г) трансфертные цены

12. В долгосрочном периоде

- а) все издержки являются переменными
- б) все издержки являются постоянными
- в) переменные издержки растут быстрее, чем постоянные
- г) все издержки выступают как неявные

13. Соотнесите представителей и их идеи:

1) В. Петти	А) естественная цена любого товара определяется количеством металлических денег, получаемых в среднем за него.
2) А. Смит	Б) меновая стоимость товара, т.е. их количественное соотношение в обмене, определяется количеством труда, затраченного на производство обмениваемых товаров. Рыночные цены колебались вокруг уровня, обусловленного соотношением
3) Д. Рикардо	В) единственным источником стоимости выступает лишь труд, затраченный на изготовление товара.
4) К. Маркс	Г) цена – это денежное выражение стоимости, а сама стоимость создается живым трудом наемных работников.

14. _____ — это совокупность принципов, правил и методик формирования цен, используемых участниками процесса ценообразования для решения конкретных задач.

15. Укажите последовательность возникновения теоретических аспектов цены:

- а) Теория В. Петти.;
- б) Теория А. Смита;
- в) Теория Д. Рикардо;
- г) Теория К. Маркса;

16. Компетентностно-ориентированная задача

Определить структуру розничной цены товара, реализуемого в магазине города Москвы, и выполнить ее анализ. Исходные данные (в руб./кг) приведены в табл. 1.

Таблица 1

Цена товара в месте отправления	Место отправления	Транспортные расходы	Цена при поступлении в холодильник Москвы	Отпускная цена холодильника	Цена магазине Москвы
20	Калининград	1	21	23	30
15	Владивосток	5	20	22	30

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №18

1. Выручка от реализации, при которой предприятие уже не имеет убытков, но еще не имеет и прибылей - это:
 - а) Порог рентабельности.
 - б) Постоянные затраты.
 - в) Объем реализации.
 - г) Результат от реализации.
2. Если чистый приведенный эффект (NPV) меньше нуля, то проект следует:
 - а) Отвергнуть.
 - б) Принять.
 - в) Проект ни прибыльный, ни убыточный.
 - г) Отложить
3. Экономические издержки
 - а) включают в себя явные и неявные издержки, в том числе нормальную прибыль
 - б) включают в себя неявные издержки, но не включают явные
 - в) включают в себя явные издержки, но не включают неявные
 - г) не включают в себя ни явные, ни неявные издержки
4. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый, вызовет
 - а) рост спроса на второй товар
 - б) падение спроса на второй товар
 - в) увеличение объема спроса на второй товар
 - г) падение величины спроса на второй товар
5. Рост экономической прибыли на конкурентном рынке не способствует
 - а) повышению рыночной цены продукта
 - б) расширению производства в действующих фирмах
 - в) притоку в отрасль новых фирм
 - г) повышению цен на используемые продукты
6. Покупка товаров по низкой цене на одном рынке и продажа его по высокой цене на другом не является
 - а) средством повышения спроса на рынке с высоким уровнем цен
 - б) причиной ценовых различий на конкретных рынках
 - в) средством повышения предложения на рынке с высоким уровнем цен
 - г) операцией с целью получения прибыли
7. Понятию «активная ценовая политика» соответствуют:
 - а) ценовая конкуренция
 - б) ценовое лидерство
 - в) ценовое картельное соглашение
 - г) ценовая война
8. Спрос и предложение могут быть использованы для объяснения координирующей роли цены на рынке
 - а) любом
 - б) ресурсном
 - в) валютном
 - г) товарном

9. Стадии жизненного цикла, располагающие к снижению цен:
- товарного роста
 - внедрения на рынок
 - зрелости
 - спада
10. Калькулирование цены товара не может осуществляться:
- по цеховой себестоимости
 - по сокращенной себестоимости
 - по производственной себестоимости
 - по дифференцированной себестоимости
11. Для рынка монополистической конкуренции характерно
- чисто монопольное ценообразование
 - ценообразование в полной зависимости от конкурентов
 - ценообразование в соответствии с позиционированием товара на рынке
 - соглашение по ценам
12. «Франко» это
- место, до которого все затраты на транспортировку включены в цену товара
 - место, в которое должен быть доставлен товар
 - место, где происходит передача товара от продавца к покупателю
 - место, в котором осуществляется переход рисков с продавца к покупателю
13. Соотнесите классы и признаки затрат

1. По экономическому содержанию	А) Затраты на оплату труда
2. По отношению к технологическому процессу	Б) Накладные
3. По месту и роли в системе управления производственно-торговым процессом	В) Производственные
4. По отношению к объему производства	Г) Постоянные

14. _____ — это обязательные требования, предъявляемые к процессу ценообразования, в соответствии с которыми определяются и применяются цены на конкретные товары.

15. Укажите последовательность методики определения цен
- определение минимальной цены реализации;
 - расчет начальной (исходной) цены;
 - установление цены реализации;
 - контроль цены;

16. Компетентностно-ориентированная задача

Компания будет использовать свои производственные мощности на 80% и выпускать 1000 ед. продукции. Полные затраты составляют 100 тыс. руб., рентабельность продукции - 20%. Определить интервал цены от безубыточности до рентабельности 20%.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №19

1) Готовность покупать дополнительные единицы производимого товара только по более низкой цене лучше всего объясняет:

- а) принцип убывающей предельной полезности
- б) эффект дохода
- в) закон предложения
- г) эффект замещения

2) Весь потребительский излишек присваивает фирма, которая:

- а) осуществляет совершенную ценовую дискриминацию
- б) монополизирует рынок
- в) сегментирует рынок
- г) максимизирует валовую прибыль

3) Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы - это

- а) Горизонтальная линия при данном уровне цен
- б) Линия имеющая положительный наклон
- в) Вертикальная линия при данном объеме предложения
- г) Линия имеющая отрицательный наклон

4. Рынок с несколькими крупными фирмами называется:

- а) чистой монополией
- б) совершенной конкуренцией
- в) олигополией
- г) монополистической конкуренцией

5) Рост цен на материалы, необходимые для производства товара X вызовет сдвиг:

- а) кривой предложения вверх (или влево)
- б) кривой спроса вверх (или вправо)
- в) кривой спроса и кривой предложения вверх
- г) кривой предложения вниз (или вправо)

6) Предположим, что предложение товара неэластично, а спрос на него сокращается, то общая выручка продавца:

- а) сокращается
- б) сокращается в том случае, если спрос является эластичным
- в) остается неизменной
- г) растет

7) Предположим, спрос на сельскохозяйственную продукцию неэластичен, то при хорошем урожае доходы фермеров:

- а) сократятся, так как относительное снижение цен окажется большим, чем относительное увеличение объема продаж
- б) вырастут, так как произойдет увеличение цен продукции, вызванное повышением спроса
- в) останутся неизменными, так как относительное увеличение объема будет равно относительному снижению цен
- г) вырастут, так как увеличится объем продаваемой продукции

8) Экономические издержки включают в себя явные и неявные издержки, в том числе нормальную прибыль:

- а) включают в себя явные и неявные издержки, в том числе нормальную прибыль
- б) включают в себя неявные издержки, но не включают явные
- в) включают в себя явные издержки, но не включают неявные
- г) не включают в себя ни явные, ни неявные издержки

9) Ценовая эластичность спроса будет выше:

- а) чем меньше необходим товар потребителю
- б) на товары первой необходимости, чем на предметы роскоши
- в) чем больше альтернативные издержки
- г) на предметы роскоши, чем на товары первой необходимости

10) Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый, вызовет:

- а) рост спроса на второй товар
- б) падение спроса на второй товар
- в) увеличение объема спроса на второй товар
- г) падение величины спроса на второй товар

11) Если однопроцентное сокращение цены на товар приводит к двухпроцентному увеличению объема спроса на него, то этот спрос:

- а) эластичный
- б) неэластичный
- в) единичной эластичности
- г) абсолютно неэластичный

12) Фирма производит и продает два товара - "А" и "Б". Товар "А" имеет много заменителей. Товар "Б" занимает значительную долю в расходах потребителей. Увеличение цены на каждый товар приводит к:

- а) сокращению выручки от продажи товара А и товара Б
- б) тому, что выручка от продажи товара А и товара Б остается неизменной
- в) увеличению выручки от продажи товара А и товара Б
- г) сокращению выручки от продажи товара А и увеличению выручки от продажи товара Б

13) Сопоставьте виды цен:

1) фиксированные	а. цены, установленные государством;
2) свободные цены	б. складывающиеся на свободном рынке под влиянием спроса и предложения;
3) стандартные цены	с. ориентированы на достаточно устойчивые вкусы потребителей;
4) единые цены	д. охватывают потребителей какой-либо определенной производственно-сбытовой системы;

14) _____ – это денежное выражение стоимости, а сама стоимость создается живым трудом наемных работников.

15) Укажите последовательность этапов разработки ценовой стратегии:

- а) Стратегический анализ
- б) Сбор исходной информации
- в) Подготовка проекта ценовой стратегии организации

16) Компетентностно-ориентированная задача

Определить величину акциза, НДС и оптовой цены в регулируемой розничной цене, если регулируемая цена за единицу товара - 30 руб./ед.; торговая скидка (наценка) - 10%, НДС в регулируемой цене - 16,67%, ставка акциза - 80%.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Курс 2

Дисциплина: Стратегии рыночного поведения

Утверждено на заседании кафедры

Региональной экономики и менеджмента

от «__» _____ 20__ г.

протокол №__

И.о. зав. кафедрой _____ Ю.С. Положенцева

Экзаменационный билет №20

- 1) Сдвиг кривой спроса на товар X можно объяснить тем, что:
 - а) Вкусы потребителей вызвали интерес к товару X, и поэтому они хотят покупать его при любой данной цене больше, чем раньше
 - б) Предложение товара X по некоторой причине уменьшилось
 - в) Цена товара X выросла, и как следствие этого потребители решили покупать этого товара меньше
 - г) Цены товара X упали, поэтому потребители решили покупать его больше, чем раньше
- 2) Не относится к характеристике неэластичного спроса на товар А утверждение, что:
 - а) Имеется большое число товаров-заменителей
 - б) Относительное изменение объема спроса меньше, чем относительное изменение цены
 - в) Данный товар является для потребителей товаром первой необходимости
 - г) Покупатели расходуют на покупку товара незначительную долю своего дохода
- 3) Если любое количество товара продается по одинаковой цене, то спрос на этот товар является:
 - а) абсолютно эластичным
 - б) абсолютно неэластичным
 - в) эластичным
 - г) спросом единичной эластичности
- 4) В долгосрочном периоде:
 - а) все издержки являются переменными
 - б) все издержки являются постоянными
 - в) переменные издержки растут быстрее, чем постоянные
 - г) все издержки выступают как неявные
- 5) Эластичность предложения зависит главным образом от:
 - а) периода времени, в течение которого продавцы могут приспособиться к изменениям цен
 - б) того, является ли данный товар предметом первой необходимости или роскоши
 - в) доли дохода потребителя, направленной на покупку данного товара
 - г) числа товаров-заменителей данного товара
- 6) Постоянные издержки фирмы – это
 - а) издержки, которые несет фирма даже в том случае, если продукция не производится
 - б) затраты на ресурсы по ценам, действовавшим в момент их приобретения
 - в) минимальные издержки производства любого объема продукции при наиболее благоприятных условиях производства
 - г) затраты на отчисление заработной платы работникам
- 7) Для расчета оптимальной структуры капитала необходимы показатели:
 - а) Все названные.
 - б) Взвешенная цена капитала.
 - в) Цена собственного и заемного капитала.
 - г) Доля собственного и заемного капитала.
- 8) Предположим, предложение товара "А" абсолютно неэластично. Если спрос на этот товар вырастет, то равновесная цена
 - а) увеличится, а равновесное количество останется неизменным
 - б) и равновесное количество вырастут
 - в) увеличится, а равновесное количество уменьшится
 - г) и равновесное количество уменьшатся

9) Закон спроса предполагает, что:

- а) когда цена товара падает, объем планируемых покупок растет
- б) кривая спроса обычно имеет положительный наклон
- в) если доходы у потребителей растут, они обычно покупают больше товаров
- г) превышение предложения над спросом вызывает снижение цены

10) Ценовая эластичность спроса будет расти с увеличением продолжительности периода, в течение которого предъявляется спрос, так как:

- а) потребители смогут приобрести товары – заменители
- б) общая торговая выручка снижается
- в) вырастет общий уровень цен
- г) доходы потребителей увеличатся

11) При снижении цены телевизора на 4% объем предложения телевизоров снизится на 7%. Предложение является:

- а) эластичным
- б) неэластичным
- в) абсолютно эластичным
- г) предложением единичной эластичности

12) Неэластичный спрос означает, что:

- а) рост цены на 1% приводит к сокращению величины спроса менее, чем на 1%
- б) незначительное повышение цены приводит к существенному повышению общей выручки
- в) любое изменение цены не приводит к изменению общей выручки
- г) рост цены на 1% приводит к сокращению величины спроса более, чем на 1%

13) Сопоставьте классификационные признаки и виды рынков:

1) по экономическому назначению:	a. рынок товаров, рынок труда, денежный рынок и др.;
2) по организации рыночного обмена:	b. оптовый и розничный рынки;
3) по формам собственности:	c. частный, кооперативный и государственный рынки;
4) по видам конкуренции:	d. рынки совершенной и несовершенной конкуренции (монополистический рынок, олигополистический рынок, рынок монополистической конкуренции)

14) _____ - это особая форма организации хозяйственной жизни общества, предполагающая взаимодействие экономических субъектов - хозяйственных единиц (производителей и потребителей).

15. Укажите последовательность жизненного цикла продукта:

- а) Стадия роста
- б) Стадия падения
- в) Стадия «зрелости» продукта
- г) Стадия разработки и вступления товара на рынок

16) Компетентностно-ориентированная задача

На территорию РФ ввозится бывший в употреблении автомобиль не для коммерческого использования. Определить розничную цену импортного товара. Исходные данные:

объем двигателя - 1500 см³;

таможенная стоимость (Тс) - 5000 дол. США;

таможенная пошлина (П) - 0,5 ЭКЮ/см³;

таможенный сбор (С) - 0,05% от таможенной стоимости.

Ставка акциза (На) - 5%, ставка НДС (Нн) - 20%, торговая наценка (Нт) - 20%. Курс доллара = 20 руб. за доллар.
1 ЭКЮ = 1,2 дол.

Экзаменатор _____

О.А. Крыжановская

Шкала оценивания результатов тестирования: в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 баллов (установлено положением П 02.016).

Максимальный балл за тестирование представляет собой разность двух чисел: максимального балла по промежуточной аттестации для данной формы обучения (36 или 60) и максимального балла за решение компетентностно-ориентированной задачи (6).

Балл, полученный обучающимся за тестирование, суммируется с баллом, выставленным ему за решение компетентностно-ориентированной задачи.

Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по 5-балльной шкале следующим образом:

Соответствие 100-балльной и 5-ти балльной шкал:

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по 5-балльной шкале</i>
100-85	отлично
84-70	хорошо
69-50	удовлетворительно
49 и менее	неудовлетворительно

Критерии оценивания результатов тестирования:

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – **2 балла**, не выполнено – **0 баллов**.

Шкала оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи: в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 (установлено положением П 02.016).

Максимальное количество баллов за решение компетентностно-ориентированной задачи – 6 баллов.

Балл, полученный обучающимся за решение компетентностно-ориентированной задачи, суммируется с баллом, выставленным ему по результатам тестирования.

Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по 5-балльной шкале следующим образом:

Соответствие 100-балльной и 5-ти балльной шкал:

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по 5-балльной шкале</i>
100-85	отлично
84-70	хорошо
69-50	удовлетворительно
49 и менее	неудовлетворительно

Критерии оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи:

6-5 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует глубокое понимание обучающимся предложенной проблемы и разностороннее ее рассмотрение; свободно конструируемая работа представляет собой логичное, ясное и при этом краткое, точное описание хода решения задачи (последовательности (или выполнения) необходимых трудовых действий) и формулировку доказанного, правильного вывода (ответа); при этом обучающимся предложено несколько вариантов решения или оригинальное, нестандартное решение (или наиболее эффективное, или наиболее рациональное, или оптимальное, или единственно правильное решение); задача решена в установленное преподавателем время или с опережением времени.

4-3 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует понимание обучающимся предложенной проблемы; задача решена типовым способом в установленное преподавателем время; имеют место общие фразы и (или) несущественные недочеты в описании хода решения и (или) вывода (ответа).

2-1 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует поверхностное понимание обучающимся предложенной проблемы; осуществлена попытка шаблонного решения задачи, но при ее решении допущены ошибки и (или) превышено установленное преподавателем время.

0 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует непонимание обучающимся предложенной проблемы, и (или) значительное место занимают общие фразы и голословные рассуждения, и (или) задача не решена.