1. Предмет, завдання і механізм цін і ціноутворення на світовому ринку.
2. Поняття світової ціни і її ознаки.
3. Види цін, які служать орієнтиром для учасників зовнішньої торгівлі при визначенні цін на товари.
4. Основні ціноутворюючі умови на світовому ринку.
5. Ціна і витрати виробництва.
6. Зміна цін в ході циклу відтворення.
7. Стратегія цільової норми прибутку.
8. Ціноутворення на різних типах світових ринків.
9. Функції цін і ціноутворюючі фактори.
10. Види цін, що залежать від особливостей і масштабів обслуговування ринків. 11. Система цін, що не залежать від особливостей і масштабів обслуговування ринків.
11. Вплив монополій на ціни.
12. Цінова стратегія, що забезпечує проникнення на ринок.
13. Вплив держави на ціни.
14. Визначення періоду збереження високих цін.
15. Зміст валютного демпінгу.
16. Цінова стратегія для принципово нових товарів.
17. Роль інфляції в ціноутворенні.
18. Зміни в базисних умовах поставки (Інкотермс 2000).
19. Різновиди стратегії ціноутворення, їх зв’язок з цілями фірми.
20. Встановлення цін на небіржевие товари.
21. Поняття стратегії ціноутворення.
22. Питома вартість і біржові котирування.
23. Довідкові ціни.
24. Ціни аукціонів, особливості їх формування.
25. Ціни фактичних угод.
26. Встановлення ціни на основі витрат виробництва і норми прибутку.
27. Інформаційно-методологічні основи цінових розрахунків.
28. Расчетниецени.
29. Опубліковані ціни.
30. Трансферна ціна. Характеристика випадків, в яких використовується трансфертне ціноутворення.
31. Забезпечення цільового прибутку як один з принципів визначення зовнішньоторговельних цін.
32. Встановлення престижної ціни.
33. Встановлення цін на обов’язкові приналежності.
34. Встановлення цін на побічні продукти виробництва.
35. Визначення оптимального рівня ціни в системі експортного маркетингу.

36. Методологічні основи, необхідні для точності визначення рівня ціни.
37. Змінні ціни: поняття та методика визначення.
38. Поправки на вторгування.
39. Термін окупності його значення для встановлення рівня ціни.
40. Поправки на термін поставки.
41. Поняття абсолютних і відносних поправок.
42. Інтегральний показник якості, його використання для визначення зовнішньоторговельної ціни.
43. Поправки на серійність.
44. Визначення зовнішньоторговельної ціни з урахуванням поправок.
45. Поправки на умови платежу (постачальник кредитує замовника).
46. Поправки на умови платежу (замовник кредитує постачальника).
47. Методи економічного аналізу в ціноутворенні.
48. Одночасне врахування впливу параметрів вироби на ціну (шляхом складання рівнянь регресії).
49. Стратегія психологічного ціноутворення.
50. Поняття кон'юнктури світового ринку і її характерні риси.
51. Кон'юнктура та економічний цикл. Основні чинники формування і розвитку кон'юнктури.
52. Показники економічної кон'юнктури.
53. Прогнозування кон'юнктури.
54. Специфічні кон'юнктурообразующіх фактори, дійств. на ринках сировини. 57. Показники вивчення кон'юнктури ринків сировини.
55. Специфічні показники кон'юнктури, використовувані при аналізі і прогнозуванні ринків машин і устаткування.
56. Особливості аналізу кон'юнктури ринків машин і устаткування.
57. Специфіка використання кон'юнктури ринку послуг.
58. Специфіка кон'юнктури ринку технології і "ноу-хау". на новий товар. У становлення цін на справді
59. Роялті, ставка роялті.
60. Послідовний облік впливу параметрів вироби на ціну.
61. Визначення статечного коефіцієнта гальмування ціни.
62. Визначення коефіцієнта гальмування ціни на основі питомої вартості.
63. Визначення оптимального рівня експортних цён.
64. Розрахункові методи ціноутворення.
65. Методи стимулювання збуту продукції.
66. Методи техніко-економічних зіставлень при визначенні цін на світовому ринку.