**Ціноутворення та цінова політика в управлінському обліку.**

**Перелік контрольних питань**

1. Функції ціни за різних умов господарювання
2. Розподіл цін за категоріями. Види цін
3. Впливання ціни на діяльність фірми
4. Склад ціни
5. Види витрат. Прибуток
6. Визначення цін на підставі витрат виробництва
7. Визначення цін з орієнтацією на ціннісну значущість товару
8. Визначення цін з орієнтацією на конкуренцію
9. Визначення цін на підставі рівноваги між витратами виробництва і станом ринку
10. Метод питомих показників (метод питомої ціни)
11. Кореляційно-регресивний метод ціноутворення
12. Ціноутворення за методом структурної аналогії
13. Агрегатний метод ціноутворення
14. Експертні методи ціноутворення
15. Ціноутворення в умовах ризику та невизначеності
16. Порядок розрахунку вихідної ціни
17. Методи встановлення вихідної ціни
18. Визначення ціни виходячи з цільового прибутку з урахуванням беззбитковості
19. Визначення ціни з урахуванням попиту
20. Зниження цін
21. Підвищення цін
22. Залежність зміни поточних цін та еластичності попиту
23. Реакція споживачів на зміну цін
24. Реакція конкурентів на зміну цін
25. Реакція фірми на зміну цін
26. Поняття про цінову стратегію фірми
27. Значення цінових стратегій в економіці країни.
28. Фактори, що впливають на цінову стратегію фірми
29. Цінова стратегія фірми в ринковій ситуації
30. Маркетингова інформація при виборі цінової політики
31. Стратегія високих цін
32. Стратегія середніх цін
33. Стратегія низьких цін
34. Стратегія цільових і незмінних цін
35. Стратегія пільгових цін
36. Стратегія цін залежно від цін попиту і витрат виробництва
37. Стратегія цін залежно від призначення товару і від репутації фірми
38. Стратегія гнучких і неокруглених цін
39. Стратегія цін і географічний фактор
40. Основні знижки з цін
41. Безкоштовні заохочення
42. Цінові лінії, діапазон цін
43. Фактори, які зумовлюють ціну на новий товар
44. Змішані маркетингові стратегії і фази життєвого циклу товару