**Практична робота 8**

**Цінова політика в системі міжнародного маркетингу**

**Питання для обговорення**

1. Міжнародна ціна. Чинники міжнародного ціноутворення.
2. Види міжнародних цін.
3. Формування собівартості міжнародної продукції.
4. Державне регулювання міжнародного ціноутворення.
5. Міжнародні цінові стратегії.

Завдання 8.1.

Продовжити визначення термінів, понять.

1. Міжнародна цінова політика – це …
2. Міжнародна (світова) ціна – це …
3. Відмінність міжнародних цін від внутрішніх зумовлюється такими чинниками: …
4. Міжнародні ціни класифікують за такими чинниками (назвати тільки чинники): …
5. До міжнародних довідкових цін належать: …
6. До етапів формування собівартості міжнародної продукції відносять: …
7. … - це міжнародні правила тлумачення термінів, які найчастіше використовують у міжнародній торгівлі, які визнані урядовими органами, юридичними компаніями та підприємцями по всьому світу.
8. На міжнародне ціноутворення впливають організації міжнародного співробітництва й інтеграції: …
9. … міжнародної торгівлі здійснюється урядом країни в односторонньому порядку без узгодження чи консультацій із її торговельними партнерами.
10. Двостороннє державне регулювання відбувається: …
11. Багатостороннє державне регулювання відбувається: …
12. Виокремлюють такі види протекціонізму: …
13. До етапів формування міжнародної цінової стратегії належать: …
14. До стратегій, що застосовують міжнародні компанії на зовнішніх ринках відносять (перелічити): …

**Тести**

**До теми «Цінова політика в системі міжнародного маркетингу»**

1. Відмінність міжнародних цін від внутрішніх закладається в:

1. множинному характері;
2. одинарному характері;
3. інклюзивному характері.

2. За умовам розрахунків міжнародні ціни поділяються на:

1. експортну, імпортну;
2. ціна клірингових розрахунків, трансфертна ціна;
3. ціна нетто, ціна споживання.

3. За мірою фіксації міжнародні ціни бувають:

1. контрактна ціна, тверда ціна;
2. ціна програми допомоги, ціна комерційних угод;
3. імпортна ціна, трансферна ціна.

4. Які міжнародні ціни не належать до довідкових цін?

1. прейскурантні, біржові;
2. аукціонні, ціни каталогів;
3. ціни на хліб та хлібобулочні вироби на внутрішньому ринку.

5. Ф’ючерсні ціни міжнародних товарних аукціонів розраховують:

1. за конкретні умови реалізації товару;
2. на попередньо обрану покупцем партію товару за максимальною ціною на спеціально організованих ринків;
3. виходячи з очікувань майбутньої вартості товару.

6. До етапів формування собівартості міжнародної продукції не належать:

1. собівартість товарів, що прибули з іншого підприємства внутрішнього ринку;
2. собівартість товарів що прибули з іншої держави плюс витрати на збут;
3. повна собівартість продукції в іноземній державі.

7. Що не належить до основних видів протекціонізму?

1. селективний, монопольний;
2. особистий, приватний;
3. колективний, прихований.

8. Які чинники не впливають на ефективність стратегії ціноутворення?

1. привабливість ринків, окремих сегментів;
2. особливості споживчих переваг на різних ринках;
3. приватних інноваційних та інвестиційних можливостей малого бізнесу.

9. Які етапи не належать до формування міжнародної цінової стратегії?

1. формування амортизаційної політики;
2. визначення цільового ринку;
3. формування загальної політики ціноутворення.

10. Стратегію проникнення використовують для:

1. швидкого охоплення визначених сегментів нових ринків та низьких цін;
2. пропонування однакової або подібної продукції різним споживачам за різними цінами;
3. пропонування товару за зниженою ціною, сподіваючись на прибуття товарів-комплексів.