

Государственное образовательное учреждение
среднего профессионального образования
Луганской Народной Республики
Стахановский промышленно-экономический техникум

УТВЕРЖДЕНО
Заместитель директора техникума
по учебной работе
_____ В.А. Тишаков
“ _____ ” _____ 20 __ г.

Цены и ценообразование

Тестовые задания для итогового контроля

Специальность: 38.02.06 «Финансы»

Рассмотрено и рекомендовано к
утверждению цикловой комиссией
специальных дисциплин
специальности «Финансы»
Протокол № ____
“ _____ ” _____ 20 __ г.
Председатель цикловой комиссии
_____ Т.Л. Головки

Пояснительная записка

Тестовые задания предназначены для проведения итогового контроля по дисциплине «Цены и ценообразование». Срок выполнения – 80 минут. Тестовые задания содержат 3 варианта. Содержание всех задач соответствует программе.

Критерии оценивания

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл. Блок тестовых заданий оценивается в 30 баллов. Оценка зависит от количества набранных баллов по таблице 1.

Таблица 1 – Соответствие количества набранных студентом баллов оценке по пятибалльной шкале

Количество набранных баллов	Оценка
0 - 10	2 (<i>неудовлетворительно</i>)
11 - 18	3 (<i>удовлетворительно</i>)
19 - 26	4 (<i>хорошо</i>)
27 - 30	5 (<i>отлично</i>)

Требования к оформлению работ итогового тестового контроля

Работа выполняется на двойном листе в клетку. Работа подписывается по образцу:

Итоговая тестовая работа
по дисциплине «Цены и ценообразование»
студента(ки) группы 1Ф-18
ГОУ СПО ЛНР «СПЭТ»
Фамилия Имя Отчество

В начале работы обязательно указывается вариант. Каждый вопрос имеет только 1 правильный ответ. В конце работы обязательно необходимо указать дату выполнения работы и подпись.

Распределение вариантов:

Фамилия	Вариант
Бекиш	1
Бервенова	2
Бережная	3
Засухина	1
Хоменко	2
Шевчук	3

Тестовые задания по дисциплине

«Цены и ценообразование»

Итоговый тест.

Вариант 1

1. Цена как экономическая категория отражает:

- А) экономические отношения между производителем и потребителем товара;*
- Б) экономические отношения между продавцом и покупателем товара;*
- В) экономические отношения по поводу производства и реализации товара;*
- Г) все ответы правильные.*

2. Формировании расходов на изготовление продукции, товара, услуги и обеспечивает ее реализацию с необходимым и достаточным размером прибыли – это:

- А) стимулирующая функция цены;*
- Б) учетная функция цены;*
- В) функция сбалансирования спроса и предложения;*
- Г) измерительная и соизмерительная функция цены.*

3. Осуществление под воздействием конкуренции, законов спроса и предложения взаимосвязи между производством (продажей) и потреблением (покупкой) – это:

- А) функция сбалансирования спроса и предложения;*
- Б) измерительная и соизмерительная функция цены;*
- В) учетная функция цены;*
- Г) стимулирующая функция цены.*

4. К оптовым ценам системы цен относятся:

- А) удельная и аукционная цена;*
- Б) сметная и преискурантная цена;*
- В) трансфертная и биржевая цена;*
- Г) цена экспорта и импорта.*

5. Цена, по которой товар реализуется непосредственно в личное пользование – это:

- А) оптовая цена;*
- Б) розничная цена;*
- В) аукционная цена;*
- Г) сметная цена.*

6. По отрасли и сфере экономики цены бывают:

- А) оптовая цена;*
- Б) розничная цена;*
- В) закупочная цена;*
- Г) все ответы правильные.*

7. По фактору времени цены бывают:

- А) сезонная цена;*
- Б) предельная цена;*
- В) отпускная цена;*
- Г) все ответы правильные.*

8. Принцип ценообразования, который предполагает, что при формировании цен необходимо учитывать действие экономических законов и закономерностей, – это принцип:

- А) целевой ориентации цен;*
- Б) плановости;*
- В) научной обоснованности;*
- Г) законности.*

9. Принцип ценообразования, который подразумевает, что важнейшим элементом процесса ценообразования является текущее, перспективное планирование цен и их прогнозирование на длительную перспективу, – это принцип:

- А) непрерывности процесса ценообразования;*
- Б) целевой ориентации цен;*
- В) плановости;*
- Г) научной обоснованности.*

10. Для достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и целевого уровня прибыльности применяется:

- А) активное ценообразование;*
- Б) пассивное ценообразование;*
- В) правильные ответы А и Б;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

11. Установление цен на уровне более высоком, чем, по мнению большинства покупателей, должен стоить товар с данной экономической ценностью, и получение выгоды от высокой прибыльности продаж в узком сегменте рынка, – это:

- А) стратегия ценового прорыва;*
- Б) стратегия премиального ценообразования;*
- В) нейтральная стратегия ценообразования;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

12. При абсолютно эластичном спросе:

- А) $|E_D| = 1$;*
- Б) $|E_D| > 1$;*
- В) $|E_D| < \infty$;*
- Г) $|E_D| = \infty$.*

13. Провозглашенные намерения организации в области ценообразования, наиболее общие принципы, которых организация собирается придерживаться при установлении цен на товары, – это:

- А) ценовая политика;*
- Б) ценовая стратегия;*
- В) ценовая тактика;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

14. Назовите этапы разработки ценовых стратегий:

- А) сбор исходящей информации, формирование стратегии, стратегический анализ;*
- Б) стратегический анализ, формирование стратегии, сбор исходящей информации;*
- В) формирование стратегии, стратегический анализ, сбор исходящей информации;*
- Г) сбор исходящей информации, стратегический анализ, формирование стратегии.*

15. Назовите этап ценообразования, который выполняется раньше остальных:

- А) определение спроса;*
- Б) постановка целей и задач ценообразования;*
- В) оценка издержек производства;*
- Г) анализ цен и качества товаров конкурентов.*

16. AVC – это:

- А) косвенные затраты предприятия за отчетный период;*
- Б) прибыль в составе цены;*
- В) прямые затраты на единицу товара;*
- Г) средние затраты на единицу товара.*

17. Метод ценообразования по издержкам – это:

- А) ценностный метод;*
- Б) затратный метод;*
- В) метод ориентации на конкурента;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

18. Метод «запечатанного конверта» - это:

- А) затратный метод;*
- Б) ценностный метод;*
- В) метод ориентации на конкурента;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

19. Плановые скидки на товары формируются за счет экономии:

- А) переменных затрат;*
- Б) основных затрат;*
- В) прибыли;*
- Г) накладных расходов.*

20. К тактическим скидкам относится скидка:

- А) за большой объем закупок;*
- Б) в виде рекламы производителя;*
- В) в виде бесплатной доставки товара;*
- Г) все ответы правильные.*

21. К плановым скидкам относится скидка:

- А) в виде бесплатной доставки товара;*
- Б) за внесезонную закупку;*
- В) за большой объем закупок;*
- Г) все ответы правильные.*

22. В условиях рыночной экономики необходимость государственного регулирования цен преследует следующие цели:

- А) обеспечение экономической безопасности страны;*
- Б) защита отечественного товаропроизводителя;*
- В) создание условий для нормальной конкуренции;*
- Г) все ответы правильные.*

23. К прямым методам государственного регулирования цен относится:

- А) лицензирование и сертификация;*
- Б) установление квот;*
- В) лимитирование цен;*
- Г) налоговая политика.*

24. К косвенным методам государственного регулирования цен относится:

- А) лимитирование цен;*
- Б) установление квот;*
- В) установление предельного уровня рентабельности;*
- Г) субсидирование из государственного бюджета.*

25. Формирование зональных цен – это стратегия дифференциации цен:

- А) по ступеням цен;*
- Б) для стимулирования сбыта;*
- В) через систему скидок;*
- Г) по географическому принципу.*

26. Сконто – это стратегия дифференциации цен:

- А) через систему скидок;*
- Б) для стимулирования сбыта;*
- В) по ступеням цен;*
- Г) по географическому принципу.*

27. Фирма предлагает один и тот же товар для разных слоев потребителей по различным ценам. Назовите вид ценовой дискриминации:

- А) модификация цен в зависимости от формы продукта и его применения;*
- Б) модификация цен в зависимости от потребительского сегмента;*
- В) модификация цен в зависимости от имиджа товара;*
- Г) модификация цен в зависимости от времени.*

28. EXW – это цена:

- А) франко-порт назначения;*
- Б) франко-перевозчик;*
- В) франко-завод;*
- Г) франко-порт отправления.*

29. В цену на экспортную продукцию включаются:

- А) транспортные издержки;*
- Б) оплата импортных таможенных процедур в стране покупателя;*
- В) расходы на экспортируемую упаковку;*
- Г) все ответы правильные.*

30. Цена, которая может изменяться по причине длительного времени производства:

- А) свободная цена;*
- Б) скользящая цена;*
- В) корректируемая цена;*
- Г) плавающая цена.*

Тестовые задания по дисциплине

«Цены и ценообразование»

Итоговый тест.

Вариант 2

- 1. Производственный подход определения цены как экономической категории, – это:**
 - А) полезностный подход;*
 - Б) затратный подход;*
 - В) вариантный подход;*
 - Г) правильного ответа нет.*

- 2. Воздействие на производство и потребление продукции, товаров, услуг проявляется через:**
 - А) распределительную функцию цены;*
 - Б) функцию критерия рационального распределения производства;*
 - В) стимулирующую функцию цены;*
 - Г) измерительную и соизмерительную функцию цены.*

- 3. Использование механизма цен для осуществления перетока капитала в виды деятельности, обеспечивающие наиболее высокий уровень рентабельности – это:**
 - А) функция критерия рационального распределения производства;*
 - Б) измерительная и соизмерительная функция цены;*
 - В) распределительная функция цены;*
 - Г) функция сбалансирования спроса и предложения.*

- 4. К ценам на строительную продукцию системы цен относятся:**
 - А) удельная и аукционная цена;*
 - Б) цена экспорта и импорта;*
 - В) трансфертная и биржевая цена;*
 - Г) сметная и прейскурантная цена.*

- 5. Цена, по которой осуществляются расчеты при перемещении продукции, услуг внутри одного и того же предприятия – это:**
 - А) закупочная цена;*
 - Б) отпускная цена;*
 - В) трансфертная цена;*
 - Г) импортная цена.*

- 6. По способу регулирования цены бывают:**
 - А) фиксированная цена;*
 - Б) закупочная цена;*
 - В) скользящая цена;*
 - Г) все ответы правильные.*

- 7. По способу получения информации цены бывают:**
 - А) аукционная цена;*
 - Б) статистическая цена;*
 - В) прейскурантная цена;*
 - Г) все ответы правильные.*

8. Стимулирование экономического роста страны, создание условий для обеспечения сбалансированности экономики осуществляется на следующем принципе ценообразования:

- А) непрерывности процесса ценообразования;*
- Б) целевой ориентации цен;*
- В) единства процесса формирования цен и контроля их соблюдения;*
- Г) плановости.*

9. Принцип, являющийся важнейшим условием процесса воспроизводства, – это принцип:

- А) непрерывности процесса ценообразования;*
- Б) плановости;*
- В) целевой ориентации цен;*
- Г) законности.*

10. Для ценообразования под влиянием цен и политики конкурентов применяется:

- А) активное ценообразование;*
- Б) пассивное ценообразование;*
- В) правильные ответы А и Б;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

11. Установление цен на уровне более низком, чем, по мнению большинства покупателей, заслуживает товар с данной экономической ценностью, и получение большой массы прибыли за счет увеличения объема продаж и захваченной доли рынка, – это:

- А) стратегия премиального ценообразования;*
- Б) нейтральная стратегия ценообразования;*
- В) стратегия ценового прорыва;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

12. При абсолютно неэластичном спросе:

- А) $|E_D| > 1$;*
- Б) $|E_D| = 1$;*
- В) $|E_D| = \infty$;*
- Г) $|E_D| = 0$.*

13. Согласованная совокупность решений, благодаря которым реализуются провозглашенные намерения организации в области ценообразования, – это:

- А) ценовая тактика;*
- Б) ценовая политика;*
- В) ценовая стратегия;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

14. Назовите этапы разработки ценовых стратегий:

- А) сбор исходящей информации, стратегический анализ, формирование стратегии;*
- Б) формирование стратегии, стратегический анализ, сбор исходящей информации;*
- В) сбор исходящей информации, формирование стратегии, стратегический анализ;*
- Г) стратегический анализ, формирование стратегии, сбор исходящей информации.*

15. Назовите этап ценообразования, который выполняется раньше остальных:

- А) анализ цен и качества товаров конкурентов;*
- Б) выбор метода ценообразования;*
- В) оценка издержек производства;*
- Г) определение спроса.*

16. АТС – это:

- А) прибыль в составе цены;*
- Б) средние затраты на единицу товара;*
- В) прямые затраты на единицу товара;*
- Г) косвенные затраты предприятия за отчетный период.*

17. Метод ценообразования по качествам и свойствам товара – это:

- А) метод ориентации на конкурента;*
- Б) затратный метод;*
- В) ценностный метод;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

18. Метод регрессии относится к группе:

- А) ценностных методов;*
- Б) методов ориентации на конкурента;*
- В) затратных методов;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

19. Тактические скидки на товары формируются за счет экономии:

- А) переменных затрат;*
- Б) прибыли;*
- В) основных затрат;*
- Г) накладных расходов.*

20. К плановым скидкам относится скидка:

- А) за ускорение оплаты;*
- Б) за внесезонную закупку;*
- В) за большой объем закупок;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

21. К тактическим скидкам относится скидка:

- А) в виде рекламы производителя;*
- Б) за ускорение оплаты;*
- В) в виде бесплатной доставки товара;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

22. В условиях рыночной экономики необходимость государственного регулирования цен преследует следующие цели:

- А) защита отечественного товаропроизводителя;*
- Б) препятствие возникновению конкуренции;*
- В) развитие монополий;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

23. К прямым методам государственного регулирования цен относится:

- А) квотирование;*
- Б) налоговая политика;*
- В) сертификация;*
- Г) субсидирование из государственного бюджета.*

24. К косвенным методам государственного регулирования цен относится:

- А) лимитирование цен;*
- Б) установление предельного уровня рентабельности;*
- В) лицензирование и сертификация;*
- Г) субсидирование из государственного бюджета.*

25. Сконто – это стратегия дифференциации цен:

- А) по ступеням цен;*
- Б) для стимулирования сбыта;*
- В) через систему скидок;*
- Г) по географическому принципу.*

26. Цены базисного пункта – это стратегия дифференциации цен:

- А) по ступеням цен;*
- Б) для стимулирования сбыта;*
- В) через систему скидок;*
- Г) по географическому принципу.*

27. Фирма дифференцирует порой цены в зависимости от месяца, дня или даже по часам. Назовите вид ценовой дискриминации:

- А) модификация цен в зависимости от времени;*
- Б) модификация цен в зависимости от имиджа товара;*
- В) модификация цен в зависимости от формы продукта и его применения;*
- Г) модификация цен в зависимости от потребительского сегмента.*

28. CIF – это цена:

- А) франко-перевозчик;*
- Б) франко-порт назначения;*
- В) франко-порт отправления;*
- Г) франко-завод.*

29. В цену на экспортную продукцию не включаются:

- А) комиссионные вознаграждения продавцов;*
- Б) расходы на экспортируемую упаковку;*
- В) затраты на формирование резервов для покрытия экспортных рисков;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

30. Цена, устанавливаемая по соглашению между заказчиками и подрядчиками:

- А) фиксированная цена;*
- Б) договорная цена;*
- В) лимитированная цена;*
- Г) преискурантная цена.*

Тестовые задания по дисциплине «Цены и ценообразование»

Итоговый тест.

Вариант 3

1. Рыночный подход определения цены как экономической категории, – это:

- А) вариантный подход;*
- Б) затратный подход;*
- В) полезностный подход;*
- Г) правильного ответа нет.*

2. Распределении и перераспределении дохода между отраслями экономики, регионами, социальными группами населения, фондами накопления и потребления и формами собственности, – это:

- А) распределительная функция цены;*
- Б) функция сбалансирования спроса и предложения;*
- В) стимулирующая функция цены;*
- Г) функция критерия рационального распределения производства.*

3. Суммирование расходов, затраченных на производство и реализацию продукции, товаров, услуг, и отражает в условиях рынка их полезность, – это:

- А) функция сбалансирования спроса и предложения;*
- Б) распределительная функция цены;*
- В) учетная функция цены;*
- Г) измерительная и соизмерительная функция цены.*

4. К розничным ценам системы цен относятся:

- А) цена экспорта и импорта;*
- Б) удельная и аукционная цена;*
- В) сметная и прейскурантная цена;*
- Г) трансфертная и биржевая цена.*

5. Цена, устанавливаемая по соглашению между заказчиками и подрядчиками – это:

- А) договорная цена;*
- Б) сметная цена;*
- В) закупочная цена;*
- Г) отпускная цена.*

6. По способу фиксации цены бывают:

- А) ступенчатая цена;*
- Б) розничная цена;*
- В) скользящая цена;*
- Г) все ответы правильные.*

7. По условиям поставки цены бывают:

- А) прейскурантная цена;*
- Б) цена «франко»;*
- В) розничная цена;*
- Г) все ответы правильные.*

- 8. Принцип ценообразования, который подразумевает, что формирование и применение цен должны находиться в правовом поле, подчиняться действующим нормативным положениям, установленным государством, – это принцип:**
- А) целевой ориентации цен;*
 - Б) единства процесса формирования цен и контроля их соблюдения;*
 - В) научной обоснованности;*
 - Г) законности.*
- 9. Наблюдение за ценообразованием на социально важные товары, выпускаемые предприятиями разных форм собственности:**
- А) научной обоснованности;*
 - Б) единства процесса формирования цен и контроля их соблюдения;*
 - В) непрерывности процесса ценообразования;*
 - Г) законности.*
- 10. Базой для определения цены являются не затраты труда на производство товара, а его предельная полезность для покупателя. О каком подходе ценообразования идет речь?**
- А) Теория спроса и предложения.*
 - Б) Классический.*
 - В) Теория предельной полезности.*
 - Г) Правильный ответ отсутствует.*
- 11. Установление цен исходя из того соотношения ценности и цены, которое соответствует большинству других продаваемых на рынке аналогичных товаров, – это:**
- А) нейтральная стратегия ценообразования;*
 - Б) стратегия ценового прорыва;*
 - В) стратегия премиального ценообразования;*
 - Г) правильный ответ отсутствует.*
- 12. При эластичном спросе:**
- А) $|E_D| = 0$;*
 - Б) $|E_D| = 1$;*
 - В) $|E_D| = \infty$;*
 - Г) $|E_D| > 1$.*
- 13. Система конкретных практических мероприятий по управлению ценами на товары и услуги, – это:**
- А) ценовая стратегия;*
 - Б) ценовая тактика;*
 - В) ценовая политика;*
 - Г) правильный ответ отсутствует.*
- 14. Назовите этапы разработки ценовых стратегий:**
- А) сбор исходящей информации, формирование стратегии, стратегический анализ;*
 - Б) стратегический анализ, формирование стратегии, сбор исходящей информации;*
 - В) сбор исходящей информации, стратегический анализ, формирование стратегии;*
 - Г) формирование стратегии, стратегический анализ, сбор исходящей информации.*

15. Назовите этап ценообразования, который выполняется раньше остальных:

- А) оценка издержек производства;*
- Б) выбор метода ценообразования;*
- В) анализ цен и качества товаров конкурентов;*
- Г) расчет исходной цены.*

16. FC – это:

- А) средние затраты на единицу товара;*
- Б) прямые затраты на единицу товара;*
- В) прибыль в составе цены;*
- Г) косвенные затраты предприятия за отчетный период.*

17. Метод ценообразования на основании внешних факторов – это:

- А) метод ориентации на конкурента;*
- Б) ценностный метод;*
- В) затратный метод;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

18. Метод баллов относится к группе:

- А) затратных методов;*
- Б) ценностных методов;*
- В) методов ориентации на конкурента;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

19. Выигрыш покупателя в цене на товар формируются за счет разницы:

- А) действующей цены товара и прибыли;*
- Б) экономической ценности товара и накладными расходами на его производство;*
- В) экономической ценности товара и его действующей цены;*
- Г) основных затрат и накладных расходов.*

20. К тактическим скидкам относится скидка:

- А) за большой объем закупок;*
- Б) за отказ от товаров фирм-конкурентов;*
- В) за ускорение оплаты;*
- Г) все ответы правильные.*

21. К плановым скидкам относится скидка:

- А) за ускорение оплаты;*
- Б) за внесезонную закупку;*
- В) в виде рекламы производителя;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

22. В условиях рыночной экономики необходимость государственного регулирования цен преследует следующие цели:

- А) привлечение на рынок иностранного производителя;*
- Б) государственное влияние на деятельность предприятий монополистов;*
- В) поддержание возникновения монополии;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

23. К прямым методам государственного регулирования цен относится:

- А) установление предельного уровня рентабельности;*
- Б) налоговая политика;*
- В) установление квот;*
- Г) лицензирование.*

24. К косвенным методам государственного регулирования цен относится:

- А) лимитирование цен;*
- Б) установление предельного уровня рентабельности;*
- В) установление порядка декларирования цен;*
- Г) установление квот.*

25. Цена-приманка – это стратегия дифференциации цен:

- А) по ступеням цен;*
- Б) для стимулирования сбыта;*
- В) через систему скидок;*
- Г) по географическому принципу.*

26. Цены специальных мероприятий – это стратегия дифференциации цен:

- А) через систему скидок;*
- Б) по ступеням цен;*
- В) для стимулирования сбыта;*
- Г) по географическому принципу.*

27. Ценовая дискриминация, которая применяется независимо от величины фактических издержек, основываясь только на различиях в нахождении товара:

- А) модификация цен в зависимости от имиджа товара;*
- Б) модификация цен в зависимости от формы продукта и его применения;*
- В) модификация цен в зависимости от времени;*
- Г) дифференциация цен в зависимости от местоположения товара.*

28. DDP – это цена:

- А) франко-пункт назначения;*
- Б) франко-порт отправления;*
- В) франко-порт назначения;*
- Г) франко-завод.*

29. В цену на экспортную продукцию не включаются:

- А) оплата импортных таможенных процедур в стране покупателя;*
- Б) комиссионные вознаграждения продавцов;*
- В) транспортные издержки;*
- Г) правильный ответ отсутствует.*

30. Цена предельных размеров расходов на строительство объема:

- А) утвержденная стоимость;*
- Б) сметная стоимость;*
- В) бюджетная стоимость;*
- Г) строительная стоимость.*