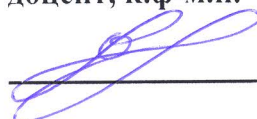


УТВЕРЖДЕНО
Советом Финансового факультета
Протокол № 1 от Н. 10. 2016
года

Председатель Совета
Финансового факультета
доцент, к.ф-м.н.



О.Л. Шеметкова

ТЕМАТИКА

Комплексных междисциплинарных курсовых работ по дисциплинам
«Стратегический менеджмент» и «Ценовая политика компаний»
для студентов **3 курса** очной формы обучения,
направление **38.03.02 «Менеджмент»**,
профиль подготовки «**Финансовый менеджмент**»
на **2016-2017 уч. год**

1. Ценовая политика компании в условиях рынка. Методы государственного регулирования цен в РФ.
2. Роль и особенности ценовой политики компании.
3. Факторы, влияющие на ценовую политику компании.
4. Виды ценовой политики компании.
5. Ценовая стратегия и тактика компании.
6. Стратегическая цель фирмы как фактор ценообразования.
7. Разработка ценовой стратегии компании: цели, принципы, этапы.
8. Административное и экономическое регулирование цен: отечественная и зарубежная практика.
9. Регулирование цен в странах с развитой рыночной экономикой
10. Ценообразование на различных типах рынков.
11. Экономическая природа и роль цены на рынке.
12. Система цен и их классификация в РФ.
13. Факторы, оказывающие влияние на формирование цен.
14. Структура свободных розничных цен. Порядок их расчета на товары отечественного производства.
15. Механизм взаимосвязи между ценой, объемом реализации и прибылью.
16. Роль прибыли в формировании цен.
17. Структура цены, основные элементы промежуточных и конечных цен.
18. Таможенные пошлины как элемент цены: понятие, сущность, порядок установления.
19. Методы определения таможенной стоимости товара.
20. Взаимодействие цен и инфляции в современных условиях.
21. Влияние монополии на уровень и динамику цен.
22. Ценообразование и система страхования.
23. Взаимодействие цен и налогов.
24. Затратный и ценностной подход к ценообразованию в компании.
25. Методы ценообразования: содержание, достоинства, недостатки, сфера применения.
26. Основные стратегии ценообразования.
27. Индексы цен: сущность, виды, сферы применения, особенности расчета.
28. Механизм определения общей экономической ценности товара.
29. Характеристики продукта как фактор ценообразования.

30. Полезность товара как основа его оценки покупателем. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен.
31. Ценообразование на различных этапах жизненного цикла продукции.
32. Закономерности и факторы формирования мировых цен.
33. Проблемы ценообразования в современной экономике РФ. Демпинговые цены.
34. Роль России в формировании мировых цен на важнейшие товары.
35. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности предприятия.
36. Порядок формирования цен на импортные и экспортные товары.
37. Роль цен в решении экономических проблем на макро- и микроуровнях, а также социальных проблем.
38. Формирование цен на бытовые услуги и услуги ЖКХ.
39. Формирование цен на услуги транспорта и связи.
40. Ценообразование на услуги здравоохранения.
41. Ценообразование на образовательные услуги.
42. Регулирование рынка и тарифов транспортных услуг.
43. Ценообразование и ценовая политика в минерально-сырьевом комплексе.

