|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Управление затратами и результатами (основы ценообразования),**  **группа ЭКФ 67-17** | | |
| Дата занятия | Вид занятия | Ссылка на источник |
| 27.03.2020 | зач | Вопросы к зачету  Лыжина, Н. В. Управление затратами предприятия : учебное пособие / Н. В. Лыжина, Р. М. Уханова. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2017. — 152 c. — ISBN 978-5-7882-2291-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/80253.html |

Перечень примерных вопросов к зачету

1. Понятие затрат и их классификация.
2. Зависимости затрат от объема деятельности предприятия.
3. Понятие и необходимость информационного обеспечения управления затратами.
4. Классификация информации о затратах.
5. Трансакционные издержки, их понятие, состав.
6. Сущность и значение себестоимости продукции как экономической категории.
7. Виды себестоимости продукции.
8. Состав затрат, включаемых в себестоимость продукции.
9. Оценка влияния себестоимости продукции на размер прибыли предприятия.
10. Факторы и резервы снижения себестоимости продукции.
11. Планирование себестоимости продукции.
12. Сущность, задачи, объекты и методы калькулирования себестоимости.
13. Виды калькуляций. Позаказный, поиздельный, попередельный, попроцессный, нормативный методы калькулирования себестоимости.
14. Сущность единовременных затрат предприятия.
15. Методы экономического обоснования единовременных затрат.
16. Динамические и статистические методы оценки эффективности единовременных затрат.
17. Управление затратами и финансовыми результатами, его сущность, методы.
18. Метод расчета сумм покрытия. Расчет затрат по местам возникновения и центрам ответственности.
19. Сущность стратегического управления затратами.
20. Методы управления затратами в условиях кризиса.
21. Бюджетирование как инструмент управления затратами.
22. Оптимизация бизнес-процессов как способ уменьшения затрат.
23. Ценообразование как инструмент достижения бизнес-целей предприятия.
24. Модели расчета себестоимости и цен, обеспечивающие прибыльную реализацию произведенной продукции.
25. Прибыль и косвенные налоги как элементы цены.
26. Регулируемые цены и порядок их регулирования.
27. Сущность цен мирового рынка.
28. Виды цен мирового рынка и их классификация.
29. Цены международных товарных аукционов.
30. Цены биржевой торговли.
31. Классификация затрат как инструмент управления ими Оценка затрат для принятия решений и планирования (постоянные затраты, стартовые, остаточные, полезные, бесполезные, переменные, смешанные).
32. Методы выявления зависимости затрат от объема деятельности предприятия (метод наименьших квадратов, метод корреляции, метод высшей и низшей точек).
33. Глава 25 Налогового кодекса Российской Федерации «Налог на прибыль», ее содержание.
34. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организаций», его содержание.
35. Особенности начисления амортизации в налоговом и бухгалтерском учете.
36. Отраслевые рекомендации по бухгалтерскому учету затрат.
37. Управленческий учет как элемент системы бухгалтерского учета.
38. Взаимодействие финансового и управленческого учета.
39. Понятие и необходимость информационного обеспечения управления затратами. Классификация информации.
40. Характеристика основных источников информации о затратах.
41. Цель, задачи и принципы управления затратами (критерии и методы оценки эффективности управления затратами).
42. Понятие системы управления затратами. Характеристика ее основных элементов (субъекты и объекты управления затратами).
43. Управление затратами в системе экономической работы предприятия (планирование и контроль затрат, управление стоимостью для принятия решений).
44. Сущность и значение себестоимости продукции как экономической категории.
45. Виды себестоимости продукции.
46. Состав затрат, включаемых в себестоимость продукции.
47. Анализ себестоимости продукции.
48. Оценка влияния себестоимости продукции на размер прибыли предприятия.
49. Резервы снижения себестоимости предприятия.
50. Планирование себестоимости продукции.
51. Сущность и задачи калькулирования себестоимости. Виды калькуляций.
52. Объекты и методы калькулирования себестоимости продукции.
53. Позаказный метод калькулирования себестоимости.
54. Поизделный (подетальный) метод калькулирования себестоимости.
55. Попередельный метод калькулирования себестоимости.
56. Простой метод калькулирования себестоимости.
57. Попроцессный метод калькулирования себестоимости.
58. Нормативный метод калькулирования себестоимости.
59. Понятие текущих затрат торгового предприятия.
60. Состав затрат, включаемых в издержки обращения.
61. Особенности классификации издержек обращения.
62. Система показателей издержек обращения.
63. Основные факторы, влияющие на издержки обращения.
64. Постатейный анализ издержек обращения.
65. Пути минимизации издержек обращения в современных условиях.
66. Планирование издержек обращения.
67. Система стандарт-кост, ее сущность, содержание.
68. Управление затратами по центрам ответственности.
69. Система директ-костинг, ее сущность, задачи.
70. Контроллинг, его характеристика.
71. Общая система управления затратами.
72. Сущность единовременных затрат предприятия.
73. Методы экономического обоснования единовременных затрат.
74. Динамические методы оценки эффективности единовременных затрат.
75. Статистические методы оценки эффективности единовременных затрат.
76. Сущность стратегического управления затратами.
77. Методы управления затратами в условиях кризиса.
78. Бюджетирование как инструмент управления затратами.
79. Оптимизация бизнес-процессов как способ уменьшения затрат.
80. Анализ поведения постоянных и переменных затрат.
81. Анализ безубыточности. Взаимосвязь «затраты- объем продаж- прибыль».
82. Модели безубыточности и расчет точки безубыточности.
83. Особенности анализа поведения затрат, объема продаж и прибыли.
84. Виды цен и ценообразования.
85. Функции цен на товары и услуги.
86. Ценообразование как инструмент достижения бизнес-целей предприятия.
87. Модели расчета себестоимости и цен, обеспечивающие прибыльную реализацию произведенной продукции.
88. Определение прогнозного уровня реализации (продаж).
89. Прибыль и косвенные налоги как элементы цены.
90. Регулируемые цены и порядок их регулирования.
91. Ценообразование на мировом товарном рынке.
92. Понятие ценовых стратегий на товары и услуги. Цели ценовых стратегий в разрезе товаров и предприятий.
93. Виды ценовых стратегий (ценообразование на новый товар, ценообразование в рамках товарной номенклатуры, установление цен по географическому принципу, установление цен со скидками и зачетами, установление цен для стимулирования сбыта, установление дискриминационных цен, инициативное изменение цен).
94. Общая характеристика методов ценообразования. Методы ценообразования, ориентированные на издержки.
95. Методы ценообразования, ориентированные на потребителей.
96. Методы ценообразования, ориентированные на конкурентов.