Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/esse/401136

Тип работы: Эссе

Предмет: Ценообразование

Введение
1 Специфика современной внешней торговли
2 Установление цен для международных рынках
3 Стратегии ценообразования на внешнем рынке
4 Пример ценообразования на мировом рынке нефти
Заключение
Список используемой литературы

Стратегия ценообразования играет важную роль в определении покупательского поведении потребителей и процессе принятия решений.
Для международных рынков ценообразование является одним из наиболее важных элементов маркетинга ассортимента продукции, генерирует денежные средства и определяет выживание компании.
Теория маркетинга четко утверждает, что цена является основополагающим элементом комплекса 4P (продукт, место, продвижение и цена). Маркетинговая стратегия помогает определять, продвигать и распространять свой продукт, а также поддерживать отношения с клиентами. Ценообразование, как часть комплекса маркетинга, имеет важное значение и всегда было одним из самых сложных решений в маркетинге. Потребители по-разному воспринимают продукцию в зависимости от цены . Поэтому установление цен на продукты является сложной задачей, главным образом потому, что высокая цена может вызвать негативные чувства к продуктам, а низкая цена может ввести в заблуждение относительно других характеристик продуктов, таких как качество.
Целью данной работы является рассмотрение особенностей ценообразования во внешней торговле.

1) Акопян О. А., Некоторые финансово-правовые аспекты регулирования ценообразования // Финансовое право. — 2022. — № 2. — С. 3-8
2) Батдыева Л. М. Международное ценообразование и ценовая политика на внешнем рынке//ГУМАНИСТИЧЕСКИЕ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ КРИЗИСА ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ И СОЦИАЛЬНЫХ ИНСТИТУТОВ: ГЛОБАЛЬНЫЙ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ КОНТУРЫ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ. Сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 2020. С. 205-212
3) Зак Ф. Л., Рационирование и рынок: структура и устойчивость равновесий // Экономика и математические методы. — 2023. — Т. 59, № 2. — С. 68-86
4) Капканщиков С., Модель либерализации цен и механизм ее негативного воздействия на отечественную экономику // Экономист. — 2022. — № 6. — С. 51-76
5) Карапетова Ж.А, Матрос М. А. Особенности ценообразования во внешней торговле//ГУМАНИТАРНЫЕ. ЕСТЕСТВЕННО-НАУЧНЫЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОСТИ. Материалы XXXIII Всероссийской научно-практической конференции. В 2-х частях. Том Часть 1. Ростов-на-Дону, 2021. С. 395-400
6) Макушкин А. В. Факторы ценообразования на мировом рынке нефти// КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ. Материалы XXV Всероссийского экономического форума молодых ученых и студентов. В 3-х частях. Том Часть 3. Ответственные за выпуск : Я.П. Силин, В.Е. Ковалев. Екатеринбург, 2022. С. 55-57
7) Миллерман А. С., О роли ведущих товарных бирж и международных ценовых агентств в нефтяном ценообразовании // Финансы. — 2022. — № 7. — С. 46-54
8) Трофимов С. Е., О ценообразовании на мировом нефтегазовом рынке // Российский экономический журнал. — 2020. — № 6. — С. 88-102.
9) Шаститко А. Е., Ценообразование на основе больших данных: предметное поле проблемы // Вестник Московского университета. Сер. 6, Экономика. — 2020. — № 6. — С. 3-22
10) Яр-Мухамедов И.Г. Модель современной внешней торговли// ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ. Сборник научных трудов I Международной научно-практической конференции. Екатеринбург, 2021. С. 323-326

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/esse/401136