

Тематика курсовых работ по дисциплине  
«Управление затратами на предприятии»

1. Различия финансового и управленческого учета.
2. Нормативная база управленческого учета.
3. Типы информации, используемой в управленческом учете.
4. Классификация затрат в управленческом учете.
5. Анализ «затраты–объем–прибыль».
6. Понятие себестоимости и калькулирования.
7. Директ-кост: сущность, преимущества и недостатки.
8. Абсорбшн-кост: сущность, преимущества и недостатки.
9. Использование нормативов затрат в калькулировании себестоимости. Виды нормативов.
10. Значение гибкого бюджета.
11. Анализ отклонений в нормативном учете.
12. Сходства и различия системы нормативного учета и системы «стандарткост».
13. Характеристика методов ценообразования.
14. Трансфертное ценообразование: условия применения, виды.
15. Применение релевантного подхода к типичным хозяйственным ситуациям.
16. Взаимосвязь стратегического менеджмента со стратегическим управлением затратами
17. Основы стратегического ценообразования
18. Концепции стратегического управления затратами.
19. Инструменты стратегического управления затратами.
20. Применение метода «директ-костинг» в стратегическом управлении затратами.
21. Методология и методики ценообразования.
22. Рыночные методы ценообразования.
23. Сущность и принципы ценовой политики предприятия.
24. Затратные методы ценообразования.
25. Параметрические методы ценообразования.
26. Ценовые методы стимулирования продажи товаров.
27. Стратегии дифференцированного ценообразования.
28. Стратегии конкурентного ценообразования.
29. Стратегии ассортиментного ценообразования.
30. Рыночные методы ценообразования.
31. Сущность и принципы ценовой политики предприятия.
32. Этапы формирования ценовой политики.

33. Виды, характеристики и области применения ценовых стратегий.

34. Выбор вида ценовой стратегии, исходя из задач экономической политики и целей ценовой политики.

36. Базовая цена, как результат установления цены с помощью метода ценообразования.

37. Этапы разработки стратегий ценообразования.

38. Стратегия премиального ценообразования.

39. Стратегия ценового прорыва.

40. Стратегия нейтрального ценообразования.

41. Стратегии ценообразования на основе маркетинга

Заведующий кафедрой



Н.В. Угрюмова