



Уманський національний
університет садівництва

Факультет економіки і
підприємництва

Кафедра маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Ціноутворення»

Рівень вищої освіти:	<u>початковий(короткий цикл)</u>
Спеціальність:	<u>075 «Маркетинг»</u>
Освітня програма:	<u>«Маркетинг»</u>
Навчальний рік, семестр:	<u>2023-2024 н.р., семестр 3</u>
Курс (рік навчання)	<u>II (2)</u>
Форма навчання:	<u>денна</u>
Кількість кредитів ЄКТС:	<u>3</u>
Мова викладання:	<u>українська</u>
Обов'язкова/вибіркова:	<u>обов'язкова</u>

Лектор курсу	Валентина Лементовська
Профайллектора	https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobitniki/lementovska-valentina-anatoliiвна.html
Контактна інформація лектора (e-mail)	v.lementovskij@gmail.com.ua
Сторінка курсу в MOODLE	URL: https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=145

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу	➤ оволодіння теоретичними знаннями і практичними навиками, які необхідні для глибокого розуміння системи сучасного ціноутворення в ринкових умовах.
Завдання курсу	➤ сутності процесу ціноутворення; поняття ціни, взаємозв'язок категорій ціна і ринок, ціна і гроші; ➤ методологічних основ формування ціни; ➤ ролі ціни в економічній стратегії підприємства, ціноутворення на різних типах ринків, завдання ціноутворення в залежності від типів ринків. ➤ сутності державного контролю за цінами, необхідність державного регулювання цін в умовах ринку, головні функції держави в галузі ціноутворення: формування політики цін, аналіз і прогноз цін, регламентація загальних правил ціноутворення, контроль за цінами; ➤ набуття умінь та навичок використання методів роботи у сфері ціноутворення, орієнтування в конкретних практичних ситуаціях.
Компетентності	➤ Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ➤ Здатність розробляти та оцінювати ефективність складових системи маркетингового забезпечення суб'єктів господарювання. ➤ Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій маркетингу.

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Здатність виявляти проблеми у сфері маркетингу при аналізі конкретних ситуацій та пропонувати способи їх вирішення. ➤ Здатність планувати маркетингову діяльність суб'єктів господарювання в розрізі елементів комплексу маркетингу.
Програмні результати навчання	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій маркетингу для обґрунтування пропозицій розвитку бізнесу в умовах невизначеності. ➤ Володіти методичним інструментарієм діагностики стану суб'єктів господарювання та планування маркетингової діяльності в розрізі елементів комплексу маркетингу. ➤ Визначати функціональні області маркетингової діяльності суб'єктів господарювання та їх взаємозв'язки в системі управління, оцінювати ефективність складових системи маркетингового забезпечення. ➤ Використовувати інформаційні системи та технології в маркетингу, необхідні програмні продукти в процесі здійснення професійної діяльності. ➤ Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта..

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції /практичні (семінарські, лабораторні)	Зміст тем курсу	Завдання	Оцінювання (балів)
Змістовний модуль 1				
Topic 1. Theoretical foundations of pricing	4/4	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Subject and tasks of the course. ➤ Basic pricing theories. Theory of labor value, theory of production costs, theories of marginal utility, neoclassical theory. ➤ Supply and demand as price-forming factors. ➤ Formation of prices depending on the type of market. 	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	6
Тема 2. Система цін та їх класифікація.	4/4	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Система цін. ➤ Класифікація цін за рівнем свободи. ➤ Класифікація цін за територіальним поширенням. ➤ Ціни світового та внутрішнього ринків. 	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних	6

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ціна підприємства і ціна реалізації, їх взаємозв'язок. ➤ Довідкові ціни та ціни фактичних угод. ➤ Стартові та лімітні ціни. ➤ Сезонні ціни. ➤ Зв'язок між цінами, що функціонують в економіці. ➤ Обліково-інформаційна функція ціни та її роль в економіці. ➤ Розподільча функція. ➤ Стимулююча і балансуюча функції та їх взаємозв'язок. ➤ Функція ціни як засіб раціонального розміщення виробництва. 	матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	
Тема 3. Склад ціни та формування її елементів.	4/4	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Склад ціни. ➤ Обов'язкові та необов'язкові елементи ціни. ➤ Структура ціни. ➤ Групування витрат за елементами та статтями калькуляції. ➤ Склад собівартості за Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку. ➤ Суть методу обліку повних витрат та його недоліки. ➤ Метод обліку прямих витрат. ➤ Маржинальний дохід. ➤ Методи визначення в ціні прибутку. ➤ Формування в ціні товарних податків. ➤ Посередницько-збутові та торгівельні надбавки як самостійні елементи ціни. 	Опрацювання лекційного матеріалу, перегляд повної версії відеофільму «Як формується ціна на товари і послуги». Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	6
Модульний контроль				14
Змістовний модуль 2				
Тема 4. Методи ринкового ціноутворення.	6/4	<p>Витратні методи ціноутворення.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Загальна характеристика витратних 	Опрацювання лекційного матеріалу.	6

		<p>методів ціноутворення.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Метод повних витрат. ➤ Метод надбавок. ➤ Метод беззбитковості та цільового прибутку. ➤ Графік беззбитковості. <p>Ціннісні методи ціноутворення.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Загальна характеристика ціннісних методів ціноутворення. ➤ Метод ціноутворення на основі цінності товару, що відчувається. ➤ Методи ціноутворення на основі споживчої вартості товару. ➤ Метод ціноутворення на основі преїскурантів цін. <p>Параметричні методи ціноутворення.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Загальна характеристика параметричних методів ціноутворення. ➤ Метод порівняння питомих показників товару (метод питомої ціни). ➤ Метод регресивного аналізу. ➤ Агрегатний метод порівняння й формування ціни. ➤ Бальний метод зіставлення цін. ➤ Метод експертної оцінки споживчих достоїнств і пропозиції на цій основі рівня ціни. <p>Ринкові методи ціноутворення.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Загальна характеристика ринкових методів ціноутворення. ➤ Методи визначення ціни з орієнтацією на попит. ➤ Методи визначення ціни з орієнтацією на конкуренцію. 	<p>Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	
<p>Тема 5. Цінова політика підприємства.*</p>	<p>4/4</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Цінова політика підприємства та її основні цілі. ➤ Необхідність проведення аналізу умов беззбитковості та його 	<p>Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних</p>	<p>6</p>

		<p>завдання.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Стратегія низьких цін та умови її ефективності. ➤ Стратегія високих цін та умови її ефективності. ➤ Стратегія нейтрального ціноутворення. ➤ Система цінових знижок. ➤ Сутність ризику. ➤ Помилки і ризику при встановленні цін. 	<p>завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	
Тема 6. Державне регулювання ціноутворення в Україні.	4/4	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Цінова політика держави та її основні цілі. ➤ Пряме регулювання цін та його методи. ➤ Непрямі методи державного регулювання цін. ➤ Регулювання цін на продукцію монопольних утворень. ➤ Система органів ціноутворення, їхні завдання та функції. ➤ Контроль за додержанням дисципліни цін. ➤ Система органів контролю за цінами. ➤ Вплив на економіку втручанням держави у процеси ціноутворення 	<p>Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	6
Тема 7. Ціни і ціноутворення в зовнішній торгівлі.	4/4	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Особливості формування цін на зовнішньому ринку. ➤ Світові ціни та їх характеристика. ➤ Врахування в цінах базисних умов поставок. Правила "Інкотермс". ➤ Особливості встановлення цін на експортно-імпорتنу продукцію. ➤ Визначення експортних цін та врахування в їх складі товарних податків. ➤ Індикативні ціни. 	<p>Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	6
Модульний контроль				14
Всього за курс	30/28			70

*залучені стейкхолдери для спільного проведення аудиторних занять: представник роботодавця.

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Політика оцінювання	В основу рейтингового оцінювання знань закладена 100-бальна шкала оцінювання (максимально можлива сума балів, яку може набрати здобувач за всіма видами контролю знань з дисципліни з урахуванням поточної успішності, самостійної роботи, науково-дослідної роботи, модульного контролю, підсумкового контролю тощо).
Політика щодо академічної доброчесності	Під час підготовки індивідуальних науково-дослідних завдань, проведення контрольних заходів здобувачі повинні дотримуватися правил академічної доброчесності, які визначено Кодексом доброчесності Уманського НУС. Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (за погодженням із деканом факультету)

РОЗПОДІЛ БАЛІВ З ДИСЦИПЛІНИ «ЦІНОУТВОРЕННЯ»

Поточний (модульний) контроль - 70									Підсумковий контроль	Сума
Модуль 1-32				Модуль 2 -38					30	100
ЗМ1	ЗМ2	ЗМ3	МК	ЗМ4	ЗМ5	ЗМ6	ЗМ7	МК		
6	6	6	14	6	6	6	6	14		

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни