



Уманський національний
університет садівництва

Факультет економіки і
підприємництва

Кафедра економіки

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Ціноутворення»

Рівень вищої освіти:	<u>початковий(короткий цикл)</u>
Спеціальність:	<u>071 «Облік і оподаткування»</u>
Освітня програма:	<u>Облік і оподаткування</u>
Навчальний рік, семестр:	<u>2020-2021 н.р., семестр 1</u>
Курс (рік навчання)	<u>II (1)</u>
Форма навчання:	<u>денна</u>
Кількість кредитів ЄКТС:	<u>3</u>
Мова викладання:	<u>українська</u>
Обов'язкова/вибіркова:	<u>вибіркова</u>

Лектор курсу	Валентина Лементовська
Профайл лектора	https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/lementovska-valentina-anatoliivna.html
Контактна інформація лектора (e-mail)	v.lementovskij@gmail.com.uf
Сторінка курсу в MOODLE	https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=144

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу	формування у здобувачів вищої освіти системи знань по сутності, змісту і формуванню ціни в умовах ринкової економіки.
Завдання курсу	<ul style="list-style-type: none">➤ вивчення основних теорій ціноутворення;➤ методологічних основ формування ціни;➤ особливостей ціноутворення в залежності від типів ринків, в тому числі і на світовому ринку;➤ роль держави в процесі формування цін та особливостей ціноутворення на ринку споживчих товарів і послуг;➤ набуття умінь та навичок використання методів роботи у даній сфері, орієнтування в конкретних практичних ситуаціях.
Компетентності	<ul style="list-style-type: none">➤ здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.➤ здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.➤ здатність працювати автономно.➤ знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.➤ здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
Програмні результати навчання	<ul style="list-style-type: none">➤ знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем.➤ формувати й аналізувати фінансову, управлінську, податкову і статистичну звітність підприємств та правильно інтерпретувати отриману інформацію для прийняття управлінських рішень.➤ розуміти організаційно-економічний механізм управління підприємством та оцінювати ефективність прийняття рішень з використанням обліково-аналітичної інформації.➤ володіти загальнонауковими та спеціальними методами дослідження соціально-економічних явищ і господарських процесів на підприємстві.➤ вміти працювати як самостійно, так і в команді, проявляти лідерські якості та відповідальність у роботі, дотримуватися етичних принципів, поважати індивідуальне та культурне різноманіття..

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції /практичні (семінарські, лабораторні))	Зміст тем курсу	Завдання	Оцінювання (балів)
Модуль 1				
Тема 1. Ведення в ціноутворення	4/1	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Маркетингова цінова політика в умовах формування ринкових відносин. ➤ Системи ціноутворення та критерії формування цін. ➤ Закон вартості та теорії вартості. ➤ Процес формування методології і методики ціноутворення. 	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4
Тема 2. Формування цінової політики	2/1	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Механізм ціноутворення. Функції ціни. ➤ Методи ціноутворення. ➤ Суть поняття та елементи цінової політики. ➤ Особливості цінової політики залежно від типу ринку. ➤ Витрати підприємства як основа формування ціни. ➤ Собівартість: її склад, види, калькулювання. 	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	5
Тема 3. Ціна як інструмент маркетингової цінової політики.	2/1	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Психологічне сприйняття ціни. ➤ Вплив ціни на обсяги продажів. Цінова еластичність. ➤ Диверсифікація цін. ➤ Вплив витрат на ціни 	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	5
Тема 4. Система цін і їх класифікація	2/1	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Основні види цін. ➤ Загальна класифікація цін. ➤ Ціни експорту та імпорту. ➤ Довідкові ціни. 	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	5
Модульний контроль				10
Модуль 2				
Тема 5. Фактори маркетингового ціноутворення	2/1	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Система факторів ціноутворення. ➤ Фактори попиту і пропозиції. ➤ Ринкова кон'юнктура та державне регулювання цін. ➤ Учасники каналів товароруку від виробника до оптової роздрібною торгівлі. ➤ Конкуренція як фактор ціноутворення. 	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	5

<p>Тема 6. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу.</p>	<p>2/1</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Особливості ціноутворення в умовах маркетингу. ➤ Методи прямого ціноутворення. ➤ Ціноутворення в рамках товарної номенклатури. ➤ Встановлення цін за географічною ознакою. ➤ Біржове ціноутворення ➤ Методи непрямого маркетингового ціноутворення. 	<p>Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	<p>5</p>	
<p>Тема 7. Процедура прийняття рішення щодо визначення ціни на сільськогосподарську продукцію.</p>	<p>2/1</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Теоретично-методичні основи ціноутворення. ➤ Економічно-правові принципи ціноутворення. ➤ Методологія формування цін у сільському господарстві. ➤ Регулювання цін на сільськогосподарську продукцію. 	<p>Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	<p>5</p>	
<p>Тема 8. Коригування цін для стимулювання збуту.</p>	<p>2/1</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Модифікація цін для стимулювання збуту. ➤ Цінові знижки для стимулювання збуту. ➤ Цінова дискримінація, її форми. ➤ Особливості використання цінних знижок, надбавок у деяких галузях народного господарства. 	<p>Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	<p>5</p>	
<p>Тема 9. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні</p>	<p>2/1</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ринкова кон'юнктура поняття та суть. ➤ Показники ринкової кон'юнктури. ➤ Методи дослідження ринкової кон'юнктури ринку та цінової динаміки. ➤ Принципи та методи дослідження чутливості покупців до рівня цін. 	<p>Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	<p>5</p>	
<p>Модульний контроль</p>					<p>10</p>
<p style="text-align: center;">Модуль 3</p>					
<p>Тема 10 Маркетингові стратегії ціноутворення.</p>	<p>2/1</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Загальна характеристика цінних стратегій. ➤ Види цінних стратегій. ➤ Оцінка цінних стратегій підприємства. 	<p>Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	<p>5</p>	
<p>Тема 11. Ціноутворення в міжнародному маркетингу.</p>	<p>2/1</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Чинники, що впливають на рішення щодо політики цін. ➤ Формування цінової стратегії в міжнародному маркетингу. 	<p>Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження</p>	<p>4</p>	

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Цінові стратегії залежно від цілей фірми на зовнішньому ринку. 	тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	
Тема 12. Оцінка ризику у ціноутворення.	2/1	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Суть ризику, їх класифікація цінових ризиків. ➤ Етика аналізу і методи оцінки цінових ризиків. ➤ Принципи і методи управління ціновими ризиками. ➤ Особливості управління ризиками у зовнішньоекономічній діяльності 	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4
Тема 13. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні.	2/1	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Загальні питання регулювання цін. ➤ Законодавче регулювання процесів ціноутворення в Україні. ➤ Регулювання цін у промислово розвинутих країнах. 	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4
Тема 14. Ціноутворення брендів.	2/1	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Необхідність стратегії управлінні марочними активами. ➤ Принципи ціноутворення марочних товарів. ➤ Вибір маркетингової марочної стратегії. 	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4
Модульний контроль				10
Самостійна робота (реферат)				5
Всього за курс	30/14			100

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 рефератів та 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)

Шкала оцінювання: національна та ECTS

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