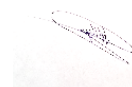


**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра економіки, підприємництва та торгівлі**

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Декан економічного
факультету**



**/Сержанов В.В./
«20» 06 2025 року**

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Теорія і політика ціноутворення

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D7 Торгівля
Освітня програма	«Міжнародна комерція»
Кваліфікація:	бакалавр торгівлі
Статус дисципліни	нормативна
Мова навчання	українська

Ужгород 2025

**Робоча програма навчальної дисципліни «Теорія і політика ціноутворення»
для здобувачів вищої освіти галузі знань **D Бізнес, адміністрування та право** спеціальності **D7 Торгівля** освітньої програми «Міжнародна комерція»**

Розробники:

д.е.н., доц., доцент кафедри економіки, підприємництва та торгівлі
Газуда С. М.

к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та торгівлі
Маргітич В. В.

Рецензент: д.е.н., проф., член-кореспондент НАН України Пітюлич М.М.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри економіки і підприємництва економічного факультету

Протокол № 13 від «19» 06 2025 року

Завідувач кафедри




Молнар О. С.

Схвалено науково-методичною комісією економічного факультету

протокол № 11 від «20» 06 2025 р.

Голова науково-методичної комісії



Шуліко А.О.

ЗМІСТ

1.	Опис навчальної дисципліни	4
2.	Мета та завдання навчальної дисципліни	5
3.	Передумови для вивчення навчальної дисципліни	6
4.	Очікувані результати навчання	7
5.	Засоби діагностики та критерії оцінювання результатів навчання	9
6.	Програма навчальної дисципліни	12
7.	Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна	21
8.	Рекомендовані джерела інформації	22

1.ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4 (ESTS)	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 120	3	3
Кількість модулів –2	Семестр:	
Тижневих годин для денної форми навчання: 2	6	6
аудиторних – 44/44 самостійної роботи студента – 76/106	Лекції:	
	32	6
	Практичні (семінарські):	
	28	4
Вид підсумкового контролю: екзамен/к.р.	Лабораторні:	
	-	-
Форма підсумкового контролю: усна	Самостійна робота:	
	60	110

2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення навчальної дисципліни «Теорія і політика ціноутворення» є набуття теоретичних знань і практичних навичок з питань формування цін та розробки цінової політики.

Об'єктом навчальної дисципліни сукупність соціально-економічних відносин в процесі ціноутворення та основні закономірності формування цін.

Предмет навчальної дисципліни є дослідження закономірностей формування цін в умовах ринкової кон'юнктури

Головними **завданнями** дисципліни є обґрунтування: аналіз теоретичних засад ціноутворення; визначення законодавчої та нормативної бази стосовно процесу ціноутворення; дослідження системи цін, основних видів та функцій, складу формування цін; розгляд методичних засад розробки цінової політики та стратегії підприємства; дослідження особливостей методів ринкового ціноутворення; визначення закономірностей установлення цін на зовнішньому ринку; розуміння цілей та методів державного регулювання цін, його впливу на економічні процеси.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та проблеми у сфері міжнародної комерції підприємницьких, торговельних та біржових структур або в процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів організації і функціонування підприємницьких, торговельних, біржових структур і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальних компетентностей:

- ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.
- ЗК 3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
- ЗК 4. Здатність спілкуватися іноземною мовою.
- ЗК 5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК 7. Здатність працювати в команді.
- ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
- ЗК 9. Прагнення до збереження навколишнього середовища.
- ЗК 10. Здатність діяти відповідально та свідомо.
- ЗК 11. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
- ЗК 12. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства,

техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК 13. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.

Спеціальних компетентностей:

СК 1. Критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

СК 3. Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.

СК 4. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК 5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.

СК 6. Здатність здійснювати діяльність з дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

СК 7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК 8. Здатність застосовувати основи обліку та оподаткування в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.

СК 9. Здатність до організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур.

СК 10. Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків.

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами вивчення навчальної дисципліни «**Теорія і політика ціноутворення**» є опанування таких навчальних дисциплін (НД) освітньої програми (ОП):

ОК 1.2. 13 – Макроекономіка

ОК 1.2. 17. – Підприємництво та планування комерційної діяльності

ОК 1.2.20. – Організація комерційної діяльності

ОК 1.2 27. Гроші і кредит

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра **D Бізнес, адміністрування та право, спеціальності D 7 Торгівля освітньої програми «Міжнародна комерція»** вивчення навчальної дисципліни **«Теорія і політика ціноутворення»** повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

Програмні результати навчання	Шифр
Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.	ПРН 1
Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.	ПРН 2
Організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.	ПРН 5
Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.	ПРН 7
Застосовувати одержані знання й уміння для ініціювання та реалізації заходів у сфері збереження навколишнього природного середовища і здійснення безпечної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.	ПРН 8
Знати вимоги до діяльності за спеціальністю, зумовлені необхідністю забезпечення сталого розвитку України, її зміцнення як демократичної, соціальної і правової держави.	ПРН 9
Демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці.	ПРН 11
Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.	ПРН 12
Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.	ПРН 13
Вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.	ПРН 14
Знати нормативно-правове забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і застосовувати його на практиці.	ПРН 16
Вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.	ПРН 17

Застосовувати знання й уміння для забезпечення ефективної організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур з урахуванням ринкової кон'юнктури і діючих правових норм.	ПРН 19
Знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур з урахуванням ризиків.	ПРН 20

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни «**Теорія і політика ціноутворення**»

Очікувані результати навчання з дисципліни	Шифр
Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.	ПРН 1
Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.	ПРН 2
Організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.	ПРН 5
Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.	ПРН 7
Застосовувати одержані знання й уміння для ініціювання та реалізації заходів у сфері збереження навколишнього природного середовища і здійснення безпечної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.	ПРН 8
Знати вимоги до діяльності за спеціальністю, зумовлені необхідністю забезпечення сталого розвитку України, її зміцнення як демократичної, соціальної і правової держави.	ПРН 9
Демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці.	ПРН 11
Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.	ПРН 12
Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.	ПРН 13
Вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.	ПРН 14

Знати нормативно-правове забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і застосовувати його на практиці.	ПРН 16
Вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.	ПРН 17
Застосовувати знання й уміння для забезпечення ефективної організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур з урахуванням ринкової кон'юнктури і діючих правових норм.	ПРН 19
Знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур з урахуванням ризиків.	ПРН 20

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є:

- активність студента в дискусії;
- експрес-опитування;
- виконання практичні, творчі роботи, вміння розв'язувати та вирішувати конкретні практичні ситуації, виконання завдань практичного спрямування;
- робота на практичних заняттях, доповіді, презентації;
- виконання індивідуальних та групових завдань самостійної роботи;
- виконання тестових завдань, а також модульних контрольних робіт;
- іспит /залік.

Під час модульного та підсумкового контролю засобами оцінювання результатів навчання з дисципліни є стандартизовані тести, теоретичні та практичні завдання.

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Форми поточного контролю: усні та письмові відповіді на семінарських та практичних заняттях, розв'язання та вирішення практичних ситуацій, експрес-опитування, оцінка дослідницьких робіт-презентацій.

Форма модульного контролю: письмова з елементами тестування.

Форма підсумкового семестрового контролю: залік/іспит.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 1)

Поточне оцінювання та самостійна робота						Модульна контрольна робота	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	50	100
5	10	10	10	5	10		

T1, T2 ... – теми

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 2)

Поточне оцінювання та самостійна робота						Модульна контрольна робота	Сума
T7	T8	T9	T10	T11	T12	50	100
10	10	10	5	10	5		

T7, T8 ... – теми

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1		Модуль 2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні (семінарські) заняття	6	30	6	30
Письмове тестування при тематичному оцінюванні	Під час семінарських занять	5	Під час семінарських занять	5
Презентація	1	10	1	10
Інші види індивідуальних і групових завдань	1	5	1	5
Модульна контрольна робота	1	50	1	50
Разом		100		100

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

На оцінювання модульних контрольних робіт в усній, письмовій або письмово-усній формі, викладачем в аудиторії, відводиться по 50 балів за кожен модуль, тобто в сумі 100 балів за два модульні контролю.

Модульні контрольні роботи включають по два види завдань: тестові завдання для оцінки рівня засвоєності теоретичного матеріалу та розрахункові задачі для оцінки прикладних та аналітичних вмінь.

Якщо з об'єктивних причин студент не пройшов модульний контроль у визначений термін, то він має право за дозволом деканату пройти його протягом двох тижнів після виникнення заборгованості.

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю

Підсумковий семестровий контроль проводиться у формі іспит /заліку та за навчальним матеріалом, визначеним робочою програмою дисципліни «Теорія і політика ціноутворення».

До підсумкового контролю з навчальної дисципліни викладач (кафедра) не допускає студента, який не виконав усіх обов'язкових робіт, передбачених робочою навчальною програмою.

Залік проводиться у формі усного опитування, час підготовки до відповіді – 30-40 хв. Оголошення результатів відбувається відразу.

Іспит з дисципліни «Теорія і політика ціноутворення» не є обов'язковим для студента, який склав усі модульні контролю передбачені навчальною програмою та за їх результатами атестований оцінками «задовільно», «добре», «відмінно».

При порушенні студентом дисципліни під час проведення заліку/іспиту (списування, підказка, підміна завдання тощо) викладач усуває його від складання екзамену, виставляє йому нуль балів і державну семестрову оцінку «незадовільно».

Студент, який на заліку/іспиту одержав незадовільну оцінку і не підлягає умовам відрахування з університету, або не складав його з якихось причин, складає залік перед комісією. Комісія створюється завідувачем кафедри. Вона оцінює знання студента по 100-бальній системі та переводить її у державну семестрову оцінку. Оцінка, виставлена комісією, є остаточною.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою, для:	
		екзамену, курсового проекту (роботи), практики	заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C	задовільно	
64-73	D		
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

6.1. Зміст навчальної дисципліни

ЛЕКЦІЇ

Модуль 1.

Тема 1. Теоретичні та методологічні основи ціноутворення

Предмет, об'єкт і завдання дисципліни «Теорія і політика ціноутворення». Економічна сутність ціни. Еволюція теорії ціни: трудова теорія вартості, теорія витрат виробництва, теорія трьох факторів виробництва, маржиналістська концепція, кардиналістська концепція, ординалістська концепція. Основні фактори ціноутворення. Функції цін та їх взаємозв'язок в ринковій економіці.

Тема 2. Основні складові ціни та особливості формування її елементів

Складові ціни. Собівартість: її властивості та складові. Формування цін з урахуванням попиту на продукцію. Поняття еластичності попиту. Особливості формування ціни.

Тема 3. Методи ціноутворення

Алгоритм ціноутворення. Основні методи ціноутворення. Витратні методи ціноутворення. Методи, орієнтовані на попит. Методи, орієнтовані на конкурентів. Параметричні методи ціноутворення.

Тема 4. Особливості параметричних методів ціноутворення

Параметричні методи ціноутворення. Метод питомої ціни. Ціновий метод балів. Ціновий метод регресії. Агрегатний метод. Метод експертної оцінки. Метод структурної аналогії.

Тема 5. Ціноутворення в умовах ринку та особливості формування цін на різних ринках

Фактори мікро- та макроекономічного середовища, які впливають на ціну товару. Особливості ціноутворення на ринку досконалої конкуренції. Недосконала конкуренція: монополія, монополістична конкуренція, олігополія. Особливості ціноутворення на ринку монополії. Монополістична конкуренція, її особливості та важелі впливу на ціноутворення. Олігополія як чинник ціноутворення. Ознаки олігополістичного ціноутворення.

Тема 6. Державне регулювання ціноутворення

Загальні положення державного регулювання цін. Основні форми регулювання державою процесу ціноутворення. Прямі методи державного регулювання цін. Непрямі методи державного регулювання цін. Цілі державного регулювання цін.

Тема 7. Інституційні механізми ціноутворення

Інституційні механізми ціноутворення. Законодавча складова ціноутворення. Законодавче регулювання процесів ціноутворення в Україні. Особливості державного регулювання цін в Україні. Державний контроль над цінами.

Тема 8. Основні підходи ціноутворення у різних галузях економіки та їх особливості

Особливості ціноутворення в промисловості. Особливості ціноутворення в торгівлі. Особливості ціноутворення в сільському господарстві. Особливості ціноутворення в будівництві.

Тема 9. Основні підходи ціноутворення у сфері послуг

Сфера послуг, основні поняття та ключові елементи. Особливості ціноутворення у сфері надання транспортних послуг. Ціноутворення на туристичні послуги. Особливості ціноутворення освітніх послуг. Ціноутворення на послуги громадського харчування. Ціноутворення на інформаційні послуги.

Тема 10. Ціноутворення на інформаційні продукти та об'єкти інтелектуальної власності

Ціноутворення на інформаційні продукти та об'єкти інтелектуальної власності. Ціноутворення в інтернет-торгівлі та інформаційному просторі. Методи ціноутворення в Інтернет-мережі. Ціноутворення на об'єкти інтелектуальної власності. Методи ціноутворення на інформаційні та програмні продукти.

Модуль 2.

11. Цінова політика підприємства

Сутність цінової політики підприємства. Принципи цінової політики. Етапи формування цінової політики підприємства. Гнучкість цінової політики підприємства. Види цінової політики підприємства. Витратне ціноутворення. Ціннісне ціноутворення.

Тема 12. Цілі цінової політики підприємства

Основні цілі ціноутворення підприємства. Основні види цінових цілей підприємства: забезпечення виживання підприємства на ринку; забезпечення довгострокової прибутковості підприємства; максимізація прибутку на довгостроковому чи короткостроковому часовому інтервалі; збільшення обсягу продажу; завоювання нового ринку збуту; досягнення цінового лідерства. Обґрунтування цілей ціноутворення підприємства.

Тема 13. Цінова стратегія підприємства

Обґрунтування цінової стратегії підприємства. Вибір методу ціноутворення. Види цінових стратегій підприємства. Цінові стратегії за рівнем сформованих цін. Стратегія низьких цін та умови її ефективності. Стратегія високих цін та умови її ефективності. Цінові стратегії співвідношення «ціна-якість товару». Конкурентні стратегії підприємства. Стратегія проникнення на ринок. Стратегія по кривій «освоєння на ринку». Стратегія сигналізування цінами. Стратегія «слідування за лідером». Стратегія переважної ціни. Стратегія недопущення конкурента на ринок. Стратегія витіснення конкурента на ринок.

Тема 14. Види цінових стратегій підприємства

Цінові стратегії диференціації споживачів. Стратегії демографічної, географічної диференціації. Стратегії «відпускної ціни за місцем виробництва товару». «середніх транспортних витрат», формування «зональних цін». «ціни з постачанням». Стратегії диференціації цін. Стратегія періодичних знижок. Стратегія випадкової знижки. Стратегії фіксованих (незмінних, стабільних) цін, змінних, єдиних, гнучких цін. Прогресивні цінові стратегії.

Тема 15. Цінова тактика підприємства

Економічні та психологічні тактичні прийоми ціноутворення. Планові й тактичні знижки. Класифікація знижок. Загальні знижки: прості та накопичувальні. Ступінчасті й сезонні знижки. Знижки за прискорення оплати, за комплементарну купівлю товару, за відмову покупця від придбання товару в конкурентів. Характеристика спеціальних знижок.

Тема 16. Процес встановлення остаточних цін

Процес встановлення остаточних цін. Коригування цін. Причини ініціативного зниження та підвищення цін. Способи підвищення і зниження ціни. Надбавки в структурі ціни.

Тема 17. Товарна політика підприємства

Товарна політика підприємства. Товари та їх властивості. Асортимент товарів підприємства. Оптимізація товарного асортименту. Поняття життєвого циклу товару (ЖЦТ). Ціноутворення на кожній стадії ЖЦТ. Імідж і бренд як інструменти цінової політики підприємства.

Тема 18. Ціноутворення брендів

Ціноутворення брендів. Необхідність стратегії управління марочними активами: суть та значення торговельної марки; марочний капітал та управління ним. Принципи ціноутворення марочних товарів: чинники лояльності до торговельних марок; цінова премія бренду.

Тема 19. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні

Суть ризику: основні теорії ризику та їх характеристика; функції ризику та його оцінка. Методи оцінки ризику в розрахунках цін: нормальний розподіл рівня витрат; застосування принципу раціонального ризику; економікоматематичне моделювання ризику. Ризик у визначенні цін та страхування цін: оцінка інфляційного очікування; управління ціновими ризиками; особливості управління ризиками у зовнішньоекономічній діяльності.

Тема 20. Ціноутворення на зовнішньому ринку

Особливості формування цін на зовнішньому ринку. Світові ціни та їх характеристика. Біржові котирування. Ціни товарних аукціонів. Ціни торгів. Особливості встановлення цін на експортно-імпорتنу продукцію. Визначення експортних цін та врахування в їх складі товарних податків. Індикативні ціни. Формування цін на імпорتنу продукцію. Визначення митної вартості.

Тема 21. Міжнародний досвід політики ціноутворення.

Міжнародний досвід політики ціноутворення. Міжнародні цінові стратегії. Особливості ціноутворення на товари та послуги у країнах ЄС. Ціноутворення на товари та послуги в Україні.

СЕМІНАРСЬКІ ЗАНЯТТЯ

Тема 1. Теоретичні та методологічні основи ціноутворення

Економічна сутність ціни. Основні фактори ціноутворення. Функції цін та їх взаємозв'язок в ринковій економіці.

Тема 2. Основні складові ціни та особливості формування її елементів

Складові ціни. Собівартість: її властивості та складові. Формування цін з урахуванням попиту на продукцію.

Тема 3. Методи ціноутворення

Основні методи ціноутворення. Витратні методи ціноутворення. Методи, орієнтовані на попит. Методи, орієнтовані на конкурентів. Параметричні методи ціноутворення.

Тема 4. Ціноутворення в умовах ринку та особливості формування цін на різних ринках

Ціноутворення на ринку досконалої конкуренції. Ціноутворення на ринку монополії. Ціноутворення на ринку монополістичної конкуренції. Ціноутворення на ринку олігополії.

Тема 5. Державне регулювання ціноутворення

Особливості державного регулювання процесу ціноутворення. Прямі методи державного регулювання цін. Непрямі методи державного регулювання цін.

Тема 6. Основні підходи ціноутворення у різних галузях економіки та їх особливості

Ціноутворення в промисловості. Ціноутворення в торгівлі. Ціноутворення в сільському господарстві. Ціноутворення в будівництві. Ціноутворення у сфері надання транспортних послуг. Ціноутворення на туристичні послуги. Ціноутворення освітніх послуг. Ціноутворення на послуги громадського харчування. Ціноутворення на інформаційні послуги. Методи ціноутворення в Інтернет-мережі.

Тема 7. Цінова політика підприємства

Сутність цінової політики підприємства. Принципи цінової політики. Етапи формування цінової політики підприємства. Види цінової політики підприємства.

Тема 8. Цілі цінової політики підприємства

Основні цілі ціноутворення підприємства. Основні види цінових цілей підприємства: забезпечення виживання підприємства на ринку; забезпечення довгострокової прибутковості підприємства; максимізація прибутку на довгостроковому чи короткостроковому часовому інтервалі; збільшення обсягу продажу; завоювання нового ринку збуту; досягнення цінового лідерства.

Тема 9. Види цінових стратегій підприємства

Цінової стратегії підприємства. Цінові стратегії за рівнем сформованих цін. Стратегія низьких цін та умови її ефективності. Стратегія високих цін та умови її ефективності Цінові стратегії співвідношення «ціна-якість товару». Конкурентні стратегії підприємства. Стратегія проникнення на ринок. Стратегія по кривій «освоєння на ринку». Стратегія сигналізування цінами. Стратегія «слідування за лідером». Стратегія переважної ціни.

Тема 10. Процес встановлення остаточних цін

Процес встановлення остаточних цін. Коригування цін. Причини ініціативного зниження та підвищення цін. Способи підвищення і зниження ціни. Надбавки в структурі ціни.

Тема 11. Товарна політика підприємства

Товарна політика підприємства. Товари та їх властивості. Асортимент товарів підприємства. Поняття життєвого циклу товару (ЖЦТ) та особливості ціноутворення.

Тема 12. Ціноутворення брендів

Ціноутворення брендів. Ціноутворення марочних товарів: чинники лояльності до торгівельних марок; цінова премія бренду.

Тема 13. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні

Суть ризику: основні теорії ризику та їх характеристика; функції ризику та його оцінка. Ризик у визначенні цін та страхування цін: оцінка інфляційного очікування; управління ціновими ризиками; особливості управління ризиками у зовнішньоекономічній діяльності.

Тема 14. Ціноутворення на зовнішньому ринку

Формування цін на зовнішньому ринку. Світові ціни та їх характеристика. Особливості встановлення цін на експортно-імпорتنу продукцію.

Тема 15. Міжнародний досвід політики ціноутворення.

Міжнародні цінові стратегії. Особливості ціноутворення на товари та послуги у країнах ЄС. Ціноутворення на товари та послуги в Україні.

6.2. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	денна форма				заочна форма			
	усь ого	у тому числі			усь бо го	у тому числі		
		л	п	с.р		л	п	с.р
семестр								
6				7				
Модуль 1.								
Тема 1. Теоретичні та методологічні основи ціноутворення	7	2	1	4	6	-	-	6
Тема 2. Основні складові ціни та особливості формування її елементів	7	2	1	4	7	1	-	6
Тема 3. Методи ціноутворення	7	2	1	4	8	1	1	6
Тема 4. Особливості параметричних методів ціноутворення	7	2	1	4	7	1	-	6
Тема 5. Ціноутворення в умовах ринку та особливості формування цін на різних ринках	8	2	2	4	7	1	-	6
Тема 6. Державне регулювання ціноутворення	8	2	2	4	6	-	-	6
Тема 7. Інституційні механізми ціноутворення	6	2	-	4	6	-	-	6
Тема 8. Основні підходи ціноутворення у різних галузях економіки та їх особливості	6	-	2	4	6	-	-	6
Тема 9. Основні підходи ціноутворення у сфері послуг	6	2	-	4	6	-	-	6
Тема 10. Ціноутворення на інформаційні продукти та об'єкти інтелектуальної власності	4	-		4	6	-	-	6
Модульна контрольна робота	2		2		1	-	1	-
Разом за модуль	68	16	12	40	66	4	2	60

Модуль 2.								
Тема 11. Цінова політика підприємства	6	2	2	2	6	-	1	5
Тема 12. Цілі цінової політики підприємства	4	2	-	2	6	1	-	5
Тема 13. Цінова стратегія підприємства	6	2	2	2	6	1	-	5
Тема 14. Види цінових стратегій підприємства	6	2	2	2	4	-	-	4
Тема 15. Цінова тактика підприємства	6	2	2	2	5	-	-	5
Тема 16. Процес встановлення остаточних цін	4	2	-	2	4	-	-	4
Тема 17. Товарна політика підприємства	4	-	2	2	4	-	-	4
Тема 18. Ціноутворення брендів	4	-	2	2	4	-	-	4
Тема 19. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні	4	2	-	2	4	-	-	4
Тема 20. Ціноутворення на зовнішньому ринку	3	-	2	1	4	-	-	4
Тема 21. Міжнародний досвід політики ціноутворення	3	2	-	1	6	-	-	6
Модульна контрольна робота	2	-	2	-	1	-	1	-
Разом за модуль	52	16	16	20	54	2	2	50
Разом за семестр	120	32	28	60	120	6	4	110

6.3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Теоретичні та методологічні основи ціноутворення	1	-
2	Основні складові ціни та особливості формування її елементів	1	-
3	Методи ціноутворення	1	1
4	Особливості параметричних методів ціноутворення	1	-
5	Ціноутворення в умовах ринку та особливості формування цін на різних ринках	2	
6	Державне регулювання ціноутворення	2	-
7	Інституційні механізми ціноутворення	-	-
8	Основні підходи ціноутворення у різних галузях економіки та їх особливості	2	-
9	Основні підходи ціноутворення у сфері послуг	-	-
10	Ціноутворення на інформаційні продукти та об'єкти інтелектуальної власності	-	-
11	Цінова політика підприємства	2	1
12	Цілі цінової політики підприємства	-	-
13	Цінова стратегія підприємства	2	-
14	Види цінових стратегій підприємства	2	-
15	Цінова тактика підприємства	2	-
16	Процес встановлення остаточних цін	-	-
17	Товарна політика підприємства	2	-
18	Ціноутворення брендів	2	-
19	Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні	-	-
20	Ціноутворення на зовнішньому ринку	2	-
21	Міжнародний досвід політики ціноутворення	-	-
	Модульна контрольна робота	-	2
	Разом	28	4

6.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Тема 1. Теоретичні та методологічні основи ціноутворення	4	6
2	Тема 2. Основні складові ціни та особливості формування її елементів	4	6
3	Тема 3. Методи ціноутворення	4	6
4	Тема 4. Особливості параметричних методів ціноутворення	4	6
5	Тема 5. Ціноутворення в умовах ринку та особливості формування цін на різних ринках	4	6
6	Тема 6. Державне регулювання ціноутворення	4	6
7	Тема 7. Інституційні механізми ціноутворення	4	6
8	Тема 8. Основні підходи ціноутворення у різних галузях економіки та їх особливості	4	6
9	Тема 9. Основні підходи ціноутворення у сфері послуг	4	6
10	Тема 10. Ціноутворення на інформаційні продукти та об'єкти інтелектуальної власності	4	6
11	Тема 11. Цінова політика підприємства	2	5
12	Тема 12. Цілі цінової політики підприємства	2	5
13	Тема 13. Цінова стратегія підприємства	2	5
14	Тема 14. Види цінових стратегій підприємства	2	4
15	Тема 15. Цінова тактика підприємства	2	5
16	Тема 16. Процес встановлення остаточних цін	2	4
17	Тема 17. Товарна політика підприємства	2	4
18	Тема 18. Ціноутворення брендів	2	4
19	Тема 19. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні	2	4
20	Тема 20. Ціноутворення на зовнішньому ринку	1	4
21	Тема 21. Міжнародний досвід політики ціноутворення	1	6
	Всього:	60	110

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

Обладнання та технічні засоби, використання яких передбачає навчальна дисципліна «**Теорія і політика ціноутворення**»:

комплект мультимедійного обладнання;

навчальна платформа Moodle (<https://e-learn.uzhnu.edu.ua>).

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Білявцев М. І., Петренко І. В., Прозорова І. В. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник. К.: «Центр навчальної літератури». 2005. 332 с.
2. Горажанкіна М.Є., Крихтін Є. Економічні теорії і школи. Події. Імена. Ідеї: монографія. Донецьк: Дон-ДУЕТ. 2001. 198 с.
3. Григорчук Т. В. Маркетинг. Частина друга: навч. посібник. К.: «Україна». 2007.
<https://sites.google.com/site/marketingdistance/%D0%B7%D0%BC%D1%96%D1%81%D1%82-%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81%D1%83>
4. Історико-економічний аналіз розробки проблеми цінності у вітчизняній та зарубіжній теорії / Т.В. Гайдай // Історія народного господарства та економічної думки України. 2005. Вип. 37-38. С. 276-289.
5. Кареба М. І. Ціни та ціноутворення: опорний конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр» спеціальності 073 «Менеджмент» денної та заочної форми навчання. Миколаїв: МДАУ.2017. 100 с.
6. Кирилюк Є.М. Мікроекономічний аналіз державної політики : навчально-методичний посібник. Черкаси: ЧНУ. 2015. 316 с.
7. Колесников О. В. Ціноутворення. Навчал. посібник. Видання 4-е. К.: Центр навчальної літератури.2019. 156 с.
8. Корінев В. П., Корецький М. Х., Дацій О. І. Маркетингова цінова політика. Навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури.2020. 200 с.
9. Круш П. В., Андрусь О. І. Ціноутворення: підручник. відп. Редактор В. М. Марченко. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського: Політехніка. 2019. 291 с.
10. Литвиненко Я. В. Сучасна політика ціноутворення. Навчальний посібник. 2-ге вид-ня. К.: МАУП.2003. 240 с.
11. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення. Навчальний посібник. К.: «Центр учбової літератури». 2012. 480 с.
12. Мастюк Д.О., Кавтиш О.П. Метод орієнтації на попит у ціновій політиці підприємства. Ефективна економіка. № 4. 2014.
<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2925>
13. Мацелюх Н. П., Максименко І. А. Історія економіки та економічної думки. Політична економія. Мікроекономіка. Макроекономіка : Навч. посіб. 2-ге вид. перероб та доп. К.: «Центр учбової літератури», 2014. 382 с.
14. Мельник Л. Г., Корінцева О. У., Старченко Л. В. Маркетингова цінова політика. Навч. посібник. К.: Вид-тво «Університетська книга». 2007. 246 с.
15. Миронова Ю. Ю. Економічна сутність собівартості продукції та шляхи її зниження.
<https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/2148/1/1Mironowa.doc.PDF>

16. Непран А. Параметричні методи в ціноутворенні: практика застосування підприємництво. Вісник КНТЕУ. 2022. № 1. С.92-105.
17. Окландер М. А., Чукурна. О. П. Маркетингова цінова політика: навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. К.: Центр навчальної літератури, 2012. 238 с.
18. Пінішко В.С., Рудницька О.С., Юсипович О.І. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. Л.: Вид-во Львів. комерц. акад. 2013. 191 с.
19. Римар Г.А. Ціноутворення в Україні: стан та перспективи розвитку. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу, (1(22)). С. 309–314. [https://doi.org/10.26642/pbo-2012-1\(22\)-309-314](https://doi.org/10.26642/pbo-2012-1(22)-309-314)
20. Чеботар С. І., Я. С. Ларіна, О. П. Луцій, М. Г. Шевчик, Р. І. Буряк, С. М. Боняр, А. В. Рябчик, О. М. Прус, В. А. Рафальська. Маркетинг. Навчальний посібник / Київ «Наш час». 2007. 504 с.
21. Тормоса Ю. Г. Ціни та цінова політика: Навч. посібник. К.: КНЕУ. 2001. 122 с.
22. Філіна Г. І. Навчальна програма дисципліни «Ціноутворення» (для бакалаврів). К.: ДП «Вид. дім «Персонал». 2013. 22 с.
23. Шульга О.А. Ціноутворення: курс лекцій: навч. посіб. К.: НПУ ім. М. П. Драгоманова. 2015. 110 с.

Допоміжна література

1. Безпалько О.В., Черноус Л.В. Скригун Н.П. Сутність ціни як економічної категорії та підходи до її формування. Економічний простір. Дніпропетровськ: ДНУ. 2011. № 53. С. 32-38.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг. Підручник / С. С. Гаркавенко. - 4-те вид. доп. - К.: Лібра. 2006. 720 с.
3. Длігач А. О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика. Навчальний посібник. К.: ВД «Професіонал». 2006. 304 с.
4. Жегус О. В. Теорія і практика ціноутворення в системі маркетингу: монографія. Харків: ХДУХТ. 2013. 249 с.
5. Завидівська О.І. Навчальна програма з дисципліни «Ціноутворення» для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 073 «Менеджмент», VII с. (денна форма навчання). 2019. 7с.
6. Корман І. І. Предметно-методологічні аспекти ціноутворення <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c8ccae4a-7028-4821-a5ad-78317e83bb0f/content>
7. Котикова О.І. Державне регулювання економіки та економічна політика: конспект лекцій / О. І. Котикова. Миколаїв : МНАУ, 2016. 137 с.
8. Ліба Н.С., Сочка Л.І. Сутність ціни та цінової політики в сучасних умовах. Науковий вісник Мукачівського державного університету економічні науки. №23(18)'2017.С. 255-261.
9. Суслова Т.О. Еволюція наукових підходів до розуміння ціни та класифікація її сучасних функцій. Ефективна економіка. № 12. 2011. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=873>

10. Тимошик В. Ю. Формування ціни на підприємстві в умовах сучасного ринку. Сталій розвиток економіки. 2013. № 4. С. 121-124.

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

1. Ординалістська теорія поведінки споживача. URL: [file:///C:/Users/UaHero/Downloads/1.3%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/UaHero/Downloads/1.3%20(1).pdf)
2. Кардиналістська теорія поведінки споживача. URL: <https://e-tk.lntu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=13881>
3. Параметричні методи ціноутворення і метод статистичних ігор. URL:
4. https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/664001/mod_resource/content/0/%D0%A6%D0%A6%D0%9F%D0%A3%D0%9E%202.pdf
5. Еластичність попиту і пропозиції. Коефіцієнт еластичності. URL: https://pidru4niki.com/12120124/politekonomiya/elasticnist_popitu_propozitsiyi_koefitsiyent_elasticnosti
6. Державний служба статистики URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. Президент України. URL: <http://www.president.gov.ua>
8. Верховна Рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua>
9. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua>
10. Міністерство економіки України. URL: <http://www.me.gov.ua>
11. Міністерство фінансів України. URL: <http://minfin.kmu.gov.ua>

Робоча програма навчальної дисципліни **«Теорія і політика ціноутворення»** для здобувачів вищої освіти галузі знань **D Бізнес, адміністрування та право спеціальності D7 Торгівля освітньої програми «Міжнародна комерція»** сформовано на основі Галузевого Стандарту Вищої Освіти затвердженого Міністерством освіти і науки України від 13.11.2018 р. № 1243 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України 05.07.2024 № 963), а також:

1. Білявцев М. І., Петренко І. В., Прозорова І. В. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник. К.: «Центр навчальної літератури». 2005. 332 с.
2. Колесников О. В. Ціноутворення. Навчал. посібник. Видання 4-е. К.: Центр навчальної літератури. 2019. 156 с.
3. Круш П. В., Андрусь О. І. Ціноутворення: підручник/ відп. Редактор В. М. Марченко. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського: Політехніка. 2019. 291 с.
4. Литвиненко Я. В. Сучасна політика ціноутворення. Навчальний посібник. 2-ге вид-ня. К.: МАУП. 2003. 240 с.
5. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення. Навчальний посібник. К.: «Центр учбової літератури». 2012. 480 с.
6. Окландер М. А., Чукурна. О. П. Маркетингова цінова політика: навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. К.: Центр навчальної літератури, 2012. 238 с.
7. Пінішко В.С., Рудницька О.С., Юсипович О.І. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. Л.: Вид-во Львів. комерц. акад. 2013. 191 с.