

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

Навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій

Кафедра економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ М.Є. Рогоза
(підпис) (ініціали, прізвище)

«__» _____ 2022 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

навчальної дисципліни
освітня програма
спеціальність
галузь знань
ступінь вищої освіти

**«Ціноутворення»
Бізнес-економіка
051 Економіка
05 Соціальні та поведінкові науки
бакалавр**

Робоча програма навчальної дисципліни «Ціноутворення» рекомендована до використання в освітньому процесі на засіданні кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем

Протокол від 6 вересня 2022 року, №1

Полтава 2022-2023 рр.

Укладачі: Миколенко І.Г., д.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем

ПОГОДЖЕНО:

Гарант освітньої програми «Бізнес-економіка» спеціальності 051 Економіка ступеня бакалавра, д.е.н., професор

_____ В.І. Перебийніс

«___»_____ 2022 року

Зміст

Розділ 1. Опис навчальної дисципліни.....	4
Розділ 2. Перелік коментентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання.....	4
Розділ 3. Програма навчальної дисципліни.....	Ошибка! Закладка не определена.
Розділ 4 Тематичний план навчальної дисципліни.....	Ошибка! Закладка не определена.
Розділ 5 Система оцінювання знань студентів.....	Ошибка! Закладка не определена.
Розділ 6. Інформаційні джерела.....	Ошибка! Закладка не определена.
Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни	10

Розділ 1. Опис навчальної дисципліни

Таблиця 1 – Опис навчальної дисципліни «Ціноутворення»

Місце у структурно-логічній схемі підготовки	<i>Пререквізити:</i> «Економіка торгівлі», «Планування та контроль на підприємстві» Постреквізити Виробнича практика, Переддипломна практика	
Мова викладання	українська	
Статус дисципліни – вибіркова		
Курс/семестр вивчення	2 курс, 1 семестр	
Кількість кредитів ЄКТС/ кількість модулів	5	
Денна форма навчання:		
Кількість годин: – загальна кількість: 1 семестр - 150 годин		
- лекції: 20 год.		
- практичні заняття: 40 годин		
- самостійна робота: 90 годин		
- вид підсумкового контролю (ПМК, залік): залік		
Статус дисципліни – вибіркова		
Заочна форма навчання		
Курс/семестр вивчення	2 курс, 2 семестр	
Кількість кредитів ЄКТС/ кількість модулів	5	
Кількість годин: – загальна кількість: 2 семестр - 150 годин		
- лекції: 4 год.		
- практичні заняття: 2 годин		
- самостійна робота: 144 годин		
- вид підсумкового контролю (ПМК, залік): залік		

Розділ 2. Перелік коментентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Мета: є формування у майбутнього фахівця теоретичних знань та практичних навиків з питань формування цін на продукцію, зокрема розуміння основних засад методики розрахунку цін та аналізу ціноутворюючих чинників, знання законодавчо-правових актів у цій сфері, надання здобувачам вищої освіти широких теоретичних, практичних знань і вмінь щодо ролі і місця ціни у економічних відносинах; сутності цінової політики, стратегії та методів ціноутворення; ролі державного регулювання процесів ціноутворення, макроекономічних та зовнішньоторговельних аспектів ціни, ціноутворення у системі економіки.

Таблиця 2 – Перелік коментентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
ПР 5. Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади).	ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
ПР 6. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації,	ЗК 7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК 8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 9. Здатність до адаптації та дій в новій ситуації.

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності.	ЗК 10. Здатність бути критичним і самокритичним.
ПР 11. Вміти аналізувати процеси державного та ринкового регулювання соціально-економічних і трудових відносин.	ЗК 11. Здатність приймати обґрунтовані рішення. СК 15. Здатність здійснювати професійну діяльність у відповідності з чинними нормативними та правовими актами.
ПР 12. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.	СК 19. Здатність пояснювати економічні та соціальні процеси і явища на основі теоретичних моделей, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати.
ПР 13. Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники.	СК 26. Здатність обґрунтовувати економічні рішення на основі розуміння закономірностей економічних систем і процесів та із застосуванням сучасного методичного інструментарію.
ПР 19. Використовувати інформаційні та комунікаційні технології для вирішення соціально-економічних завдань, підготовки та представлення аналітичних звітів.	СК 27. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.
ПР 23. Показувати навички самостійної роботи, демонструвати критичне, креативне, самокритичне мислення.	СК 28. Здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності. СК 29. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в одній або декількох професійних сферах з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків

Розділ 3. Програма навчальної дисципліни

Модуль I. Торгівля як вид економічної діяльності, її засади, форми, характеристика та товарооборот

Тема 1. Економічна сутність ціни в умовах ринкових відносин. Класифікація цін

Структура роздрібною ціни. Вартість товару та її грошове вираження. Індивідуальна і суспільна вартість товару. Закон цін. Відхилення ціни від вартості та фактори, що спричиняють відхилення. Економічна вартість як основа ціни реалізації (ринкової ціни). Функції цін у ринковій економіці: облікова, балансування попиту та пропозиції, стимулююча, розподільча, оптимізації розміщення виробництва.

Тема 2. Ціна в ринковій економіці. Загальна класифікація цін

Дослідження ринку при встановленні цін: кон'юнктура і конкурентність ринку. Фактори, що впливають на тип ринку за ознакою ступеня конкурентності. Залежність ціноутворення від конкурентності ринку збуту: між можливістю реалізувати самостійну цінову політику до орієнтації на рівень ринкових цін. Особливості ціноутворення на ринку вільної конкуренції, на ринку монополістичної конкуренції, на олігополістичному ринку, на монополістичному ринку.

Тема 3. Цінова політика і стратегія підприємства

Цілі цінової політики підприємства, їх зв'язок з маркетинговими цілями підприємства на ринку. 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. Вибір цінової стратегії підприємства для кожного виду товару. Основні цінові стратегії підприємства на ринку.

Закон попиту. Закон пропозиції. Формування ціни ринкової рівноваги. Графічне зображення ціни ринкової рівноваги. Фактори, що впливають на розмір ціни (зовнішні та внутрішні). Врахування зовнішніх і внутрішніх факторів маркетингового середовища при

встановленні цін. Принцип обґрунтованості ціни. Принцип гнучкості ціноутворення у забезпечення пристосування ціни до умов ринку.

Тема 4. Методи ціноутворення

Методи встановлення цін відповідно цілей цінової стратегії підприємства на ринку. Витратне і “ціннісне” (маркетингове) ціноутворення. Методи витратного ціноутворення: методи надбавок на основі повних витрат виробництва і різних підходів до визначення цільового прибутку; метод “система стандарт-кост”; метод варіантного розрахунку ціни на основі беззбитковості та забезпечення цільового прибутку. “Ціннісні” методи ціноутворення: метод споживчої оцінки (з орієнтацією на попит); метод орієнтації на рівень поточних ринкових цін; метод наслідування лідера; метод визначення маржинального прибутку (на основі калькулювання лише прямих витрат). Сутність нормативно-параметричного ціноутворення. Параметричний ряд продукції. Нормативно-параметричні та параметричні методи встановлення ціни.

Види цін за різними ознаками класифікації: за сферою обігу, галузевою належністю, часом дії, правом встановлення, врахуванням умов поставки, використанням в обліку та статистиці. Принципи диференціації цін. Диференціація цін за географічним принципом формування та споживачами. Включення базової умови реалізації товару в ціну (види франко в ціні) згідно з ІНКОТЕРМС. Ціни планових розрахунків. Контрактні ціни. Довідкові ціни. Знижки і надбавки до цін, їх призначення, розрахунок та основні види.

Модуль 2. Механізм формування цін

Тема 5. Державне регулювання цін та інфляції

Необхідність і завдання державного регулювання цін. Повноваження органів влади в регулюванні цін. Сфера державного регулювання цін у ринковій економіці та її залежність від стабільного розвитку господарства країни. Прямі і непрямі методи державного регулювання цін. Методи прямого регулювання цін: фіксовані ціни, регулювання рівня рентабельності і розміру ціни, обмеження торгової націнки, декларування цін. Бюджетно-фінансові методи непрямого регулювання цін. Законодавча основа державного регулювання цін в Україні. Розподіл повноважень із встановлення цін між органами виконавчої влади. Державний контроль над цінами.

Тема 6. Особливості ціноутворення в базових галузях економіки

Ризики та їх місце в підприємницькій діяльності. Ризик як об'єкт управління. Стратегія управління ризиком та її обґрунтування. Методичний інструментарій оцінки рівня підприємницького ризику в торгівлі. Основи прийняття управлінських рішень в умовах ризику. Шляхи та заходи щодо мінімізації та профілактики господарського ризику торговельного підприємства.

Тема 7. Особливості ціноутворення у сфері послуг

Поняття прибутку. Необхідний (цільовий) прибуток для забезпечення конкурентоздатності підприємства. Визначення загального розміру необхідного (цільового) прибутку для підприємства методом прямого розрахунку річних планових грошових фондів підприємства, які утворюються з прибутку, та методом цільової дохідності капіталу. Розподіл загального цільового прибутку в ціну одиниці продукції. Норматив прибутку в ціні одиниці продукції. Загальна схема розрахунку ціни виробництва продукції (послуг). Визначення мінімального та оптимального обсягу виробництва і обсягу реалізації на основі методу розрахунку порогу беззбитковості.

Розділ 4. Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
Модуль 1. Торгівля як вид економічної діяльності, її засади, форми, характеристика та товарооборот					

<p>Тема 1. Економічна сутність ціни в умовах ринкових відносин. Класифікація цін.</p> <p>1.Визначення ціни і ціноутворення.</p> <p>2.Функції цін в ринковій економіці.</p> <p>3. Принципи та види цін.</p> <p>4.Структура роздрібної ціни.</p>	2	<p>Практична робота 1.</p> <p>Теоретичні основи ціноутворення</p>	4	<p>Виконати тести самоконтролю знань. Виконати індивідуальні завдання.</p>	14
<p>Тема 2. Ціна в ринковій економіці. Загальна класифікація цін.</p> <p>1. Види цін та їх характеристика.</p> <p>2. Класифікаційні ознаки цін.</p> <p>3. Ціни зовнішнього та внутрішнього ринків.</p>	2	<p>Практична робота 2.</p> <p>Система цін</p>	4	<p>Виконати тести самоконтролю знань. Виконати індивідуальні завдання.</p>	14
<p>Тема 3. Цінова політика і стратегія підприємства</p> <p>1. Зміст цінової політики підприємства та основні етапи її формування.</p> <p>2. Поняття та основні етапи розробки цінової стратегії.</p> <p>3. Основні види цінових стратегій.</p>	2	<p>Практична робота 3.</p> <p>Структура ціни</p>	4	<p>Виконати тести самоконтролю знань. Виконати індивідуальні завдання.</p>	14
<p>Тема 4. Методи ціноутворення</p> <p>1.Поняття і класифікація методів ціноутворення.</p> <p>2.Зміст, переваги та недоліки витратних методів ціноутворення.</p> <p>3.Методи ціноутворення, які базуються на попиті.</p> <p>4.Методи ціноутворення з орієнтацією на конкуренцією.</p> <p>5.Ціноутворення з орієнтацією на максимальний прибуток.</p> <p>6.Загальна характеристика параметричних методів</p>	4	<p>Практична робота 4.</p> <p>Методичні основи ринкового ціноутворення</p> <p style="text-align: center;">МКР 2</p>	4	<p>Виконати тести самоконтролю знань. Виконати індивідуальні завдання.</p>	12

ціноутворення та їх види.					
Модуль 2. Механізм формування цін					
Тема 5. Державне регулювання цін та інфляції 1. Необхідність та методи державного регулювання цін. 2. Антиінфляційна політика.	2	Практична робота 5. Державне регулювання та контроль цін	4	Виконати тести самоконтролю знань. Виконати індивідуальні завдання.	12
Тема 6. Особливості ціноутворення в базових галузях економіки 1. Особливості ціноутворення в промисловості. 2. Особливості ціноутворення в торгівлі. 3. Особливості ціноутворення в сільському господарстві. 4. Особливості ціноутворення в будівництві.	4	Практична робота 6. Склад ціни.	4	Виконати тести самоконтролю знань. Виконати індивідуальні завдання.	12
Тема 7. Особливості ціноутворення у сфері послуг 1. Сфера послуг: основні поняття. 2. Особливості формування транспортних тарифів. 3. Ціноутворення на туристичні послуги. 4. Ціноутворення на медичні послуги. 5. Ціноутворення на послуги громадського харчування.	4	Практична робота 7. Ціноутворення в зовнішньоекономічному комплексі МКР 2	6	Виконати тести самоконтролю знань. Виконати індивідуальні завдання.	12
Разом	20		40		90

Розділ 5 «Система оцінювання знань студентів»

Таблиця 5 – Розподіл балів за результатами вивчення навчальної дисципліни

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1: тести (6 балів), практичні роботи (24 балів), індивідуальні завдання (22 бали), поточна модульна робота (10 балів)	62
Модуль 2: практичні роботи (12 балів), індивідуальні завдання (16 балів), поточна модульна робота (10 балів)	38
Разом	100

Таблиця 6 – Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90–100	A	Відмінно
82–89	B	Дуже добре
74–81	C	Добре
64–73	D	Задовільно
60–63	E	Задовільно достатньо
35–59	FX	Незадовільно з можливістю проведення повторного підсумкового контролю
0–34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни та проведенням підсумкового контролю

Розділ 6. Інформаційні джерела

1. Бурліцька О.П. Маркетингове ціноутворення: конспект лекцій. Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2019. 43 с.
2. Гуда, Н.Е. Економічна суть ціни та ціноутворення в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. Економіка та держава, 2019, №5, С. 106-110.
3. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст: монографія. Київ: ЦУЛ, 2016. 252 с.
4. Колесніков О.В. Ціноутворення: навч. посіб., 4-е видання. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 156 с.
5. Корінев В.Л., Корецький М.Х., Дацій О.І. Маркетингова цінова політика. К.: «Центр навчальної літератури». 2019. 200 с.
6. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Завадських Г.М. Ціноутворення: курс лекцій. Мелітополь: Люкс. 2020. 193 с.
7. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с.
8. Мандич О.В., Науменко І.В., Миколенко І.Г. Особливості конкурентних стратегій розвитку підприємств України. Social and Economic Changes of contemporary society : monograph. Opole : The Academy of Management and Administration in Opole, 2017. P. 124-130.
9. Миколенко І.Г. Стратегії конкурентного розвитку аграрних підприємств: механізми та інструментарій. Монографія. Харків: «Смугаста типографія», 2021. 320 с.

10. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика. Навчальний посібник. К.: «Центр навчальної літератури», 2020. 284 с.
11. Останкова Л., Литвинов Ю., Литвинова Т., Подгорная О. Ціноутворення в умовах ринку. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 400с.
12. Про ціни і ціноутворення: Закон України (із змінами і доповненнями). Посилання за електронною адресою: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text>
13. Риндін-Баранов С.С., Романчик Т.В. Аналіз методичних положень щодо формування цін. Экономика. 2019. № 1 (2).
14. Ціноутворення в умовах ринку. Л. Останкова, Ю. Літвінов, Т. Літвінова, О. Підгорна. К.: «Центр навчальної літератури», 2019. 400 с.
15. Шпичак О.М., Стасіневич С.А., Боднар О.В. Ціна і ціноутворення на агропродовольчу продукцію. Навчальний посібник. Київ. ННЦ ІАЕ, 2019. 238 с.
16. Global Competitiveness Report Special Edition 2020: How Countries are Performing on the Road to Recovery URL: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitivenessreport2020>.
17. Kasian Serhii. Integration of Marketing Communications and Logistics Distribution of High-Tech Enterprises on the Basis of Innovative Knowledge Generation : Chapter VIII. Editors: Figurska Irena, Ellena Shevtscova, Sokół Aneta, : Modern Processes of Economic Development - Economics and Law / Serhii Kasian, Yevhen Krykavskyy. – Germany, Aachen : Shaker Verlag Publishing, November 2017. P. 89–105 (128 p.). ISBN 978-3-8440-5640-2. Bibliographic information published by the Deutsche Nationalbibliothek, available: <http://dnb.d-nb.de>
18. Vasylytsiv T. Economy’s innovative technological competitiveness: Decomposition, methodic of analysis and priorities of public policy / Vasylytsiv T., Irtysheva I., Lupak R., Popadynets N., Shyshkova Y., Boiko Y., Ishchenko O. // Management Science Letters. 2020. Vol. 10. No. 13. P. 3173-3182.

Інтернет-ресурси

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Центр соціально-економічних досліджень. URL: www.caseukraine.com.ua.
3. Сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. URL: <http://minagro.gov.ua/>
4. Офіційний сайт Інкотермс 2020 в Україні. URL: <https://incoterms2020.com.ua/terms>
5. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України URL: www.me.gov.ua
6. Офіційний сайт торгово-промислової палати України. URL: <http://www.ucci.org.ua/ua/main.html>;
7. Офіційний сайт Міжнародної торгової палати. URL: <http://www.iccwbo.org/>.

Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни

Пакет програмних продуктів MicrosoftOffice.