

МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА
БІЗНЕСУ



Кафедра фінансів, банківської та страхової справи

Затверджую:

Директор ІННУЕБ

Семенець-Орлова І.А.

«30» вересня 2024 р.

Схвалено на засіданні

кафедри фінансів, банківської та страхової справи

Протокол № 1 від «30» серпня 2024 р.

Завідувач кафедри Кришталь Г.О.

СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
СУЧАСНА ПОЛІТИКА ЦІНОУТВОРЕННЯ

Спеціальності: 072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок

Освітнього рівня: другого (магістерського)

Освітньо-професійної програми: Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок

Розробник силабуса навчальної дисципліни:

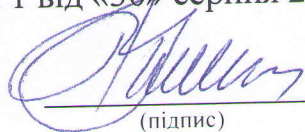
Скиба Г.І., к.е.н., доцент, завідувач кафедри обліку і оподаткування, ННІУЕБ.

Викладач:

Скиба Г.І., к.е.н., доцент, завідувач кафедри обліку і оподаткування, ННІУЕБ.

Силабус розглянуто та затверджено на засіданні кафедри фінансів, банківської та страхової справи (протокол № 1 від «30» серпня 2024 р.).

Завідувач кафедри



Г.О. Кришталь

(підпис)

Силабус погоджено з гарантом освітньо-наукової програми (керівником освітньо-професійної програми) «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок».

«30» серпня 2024 р.

Керівник освітньо-професійної програми



В.М. Проданик

(підпис)

Силабус перевірено

«30» серпня 2024 р.

Заступник директора ННІУЕБ



І.І. Каліна

(підпис)

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__» _____ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__» _____ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__» _____ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__» _____ 20__ р., протокол № ____

**ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом»
ННІ управління, економіки та бізнесу
Кафедра фінансів, банківської та страхової справи**

Назва дисципліни	Сучасна політика ціноутворення
Викладач (-і)	Скиба Ганна Іванівна
Портфоліо викладача (-ів)	https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/institut-ekonomiki/kafedra-obliku.html
Контактний тел.	+38(066)-980-88-68
E-mail:	tsiluyrik@ukr.net
Сторінка дисципліни на сайті	https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/institut-ekonomiki/kafedra-obliku/silabus.html
Консультації	Згідно з графіком консультацій викладача кафедри вівторок, 15:00-17:00 год., корпус 2, ауд. 31. Консультації в день проведення лекцій/лабораторних занять (за попередньою домовленістю). Можливі онлайн консультації через Skype, Viber. Для погодження часу онлайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача або дзвонити.

1. Коротка анотація до дисципліни. В умовах сучасного динамічного світу загострюється потреба набуття досвіду та знань для успішного функціонування підприємств. Вітчизняні підприємства дедалі масштабніше включаються до внутрішньої конкуренції та виходять на зарубіжні ринки. Це потребує від них вміння вести активну цінову політику, правильно враховувати весь спектр можливих реакцій споживачів і конкурентів, добиватися поставлених цілей в своїй діяльності. Предмет вивчення навчальної дисципліни «Сучасна політика ціноутворення» - підходи і методи щодо пошуку, вибору та реалізації управлінських рішень, які приймаються на підприємстві щодо цін та спрямовані на досягнення короткострокових та стратегічних цілей підприємства.

2. Мета вивчення дисципліни – оволодіння знаннями з теорії формування ринкової ціни та набуття навичок з управління ціновою політикою підприємства яка є поєднанням вибору виду цінової політики виробника на основі його маркетингових цілей та визначення найбільш ефективних методів встановлення цін на продукцію або послуги підприємства.

Завдання дисципліни: теоретична і практична підготовка здобувачів з питань функціонування системи цін в цілому в економіці, ринкових цін на окремі товари, включаючи знижки та надбавки до ціни та максимізації прибутку підприємства оптимізацією його цінової політики.

3. Формат курсу: очний (*offline*).

4. Програмні результати навчання (інтегральні, фахові компетентності):

Табл.1.

Компетентність	Ступінь сформованості компетентності	Оцінювання
Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у професійній діяльності або у процесі навчання у сфері фінансів, банківської справи та страхування, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (залік)
Здатність застосовувати управлінські навички у сфері фінансів, банківської справи та страхування.	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (залік)
Здатність до пошуку, використання та інтерпретації інформації, необхідної для вирішення професійних і наукових завдань в сфері фінансів, банківської справи та страхування.	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (залік)
Здатність застосовувати міждисциплінарні підходи при розв'язанні складних задач і проблем у сфері фінансів, банківської справи та страхування.	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (залік)

5. Тривалість курсу. 120 годин (4 кредити ЄКТС), з них: 34 години аудиторної роботи; 86 годин – самостійної роботи, залік.

6. Статус дисципліни: *вибіркова загальної підготовки.*

7. Пререквізити: Методична основа дисципліни «Сучасна політика ціноутворення» своєю основою має сучасні економічні теорії та концепції функціонування внутрішніх та світових цін, методи ефективного управління витратами на виробництво та засади фінансового планування.

Дисципліна поглиблює та конкретизує знання, набуті здобувачами в результаті вивчення курсів «Ціноутворення», «Валютна регулювання», «Фінанси підприємств» та пов'язана із засвоєнням курсів «Управління фінансовою санацією підприємства», «Міжнародна інвестиційна діяльність», «Управління фінансовими ризиками».

8. Технічне й програмне забезпечення/обладнання: В освітньому процесі використовуються навчальні аудиторії, комп'ютерні лабораторії, конференц-зали, бібліотека. Вивчення окремих тем і виконання практичних завдань потребує доступу до інформації зі всесвітньої мережі Інтернет, який забезпечується безкоштовною мережею Wi-Fi.

9. Політика курсу: Курс «Сучасна політика ціноутворення» передбачає засвоєння та дотримання принципів академічної доброчесності, зокрема орієнтації на запобігання плагіату у будь-яких його проявах: всі роботи, доповіді та презентації мають бути оригінальними та авторськими, не переобтяженими цитатами, що мають супроводжуватися посиланнями на першоджерела. Завдання мають бути виконані вчасно, у встановлені терміни; відпрацювання пропущених занять можливе під час самостійної підготовки та консультацій викладача.

10. Зміст дисципліни: Курс складається з двох змістових модулів. Кожен модуль, у свою чергу, складається з лекційної та семінарської частин (див. навчально-методичну карту дисципліни в додатку):

Перший змістовий модуль «*Теоретичні основи ринкового ціноутворення*» розкриває особливості ціноутворення в сучасних умовах глобалізації економічних процесів, поглиблення міжнародного поділу праці, формування світових товарних ринків, інтегрування національних господарств у світову економічну систему; дає розуміння структури ціни та об'єкту управління; визначається роль і вплив державного регулювання на процеси ціноутворення.

Другий змістовий модуль «*Цінова політика підприємства*» розкриває зміст цінової політики підприємства та факторів, що впливають на її обґрунтування; характеризуються переваги та недоліки використання різних методів ціноутворення; аналізуються критерії вибору цінової стратегії та тактичні інструменти пристосування цін до мінливих умов ринку.

11.Форми і методи навчання.

Основними видами навчальних аудиторних занять є **лекції, семінарські заняття, консультації**.

При викладанні **лекційного матеріалу** передбачено поєднання таких форм і методів навчання, як проблемні лекції, лекції-візуалізації.

Проблемна лекція забезпечує безпосередній контакт викладача з аудиторією і дозволяє привернути увагу здобувачів до найбільш важливих проблематичних питань з відповідної теми, визначаючи у процесі діалогу особливості сприйняття навчального матеріалу та спонукаючи слухачів до критичного та самостійного мислення, до осмислення всіх наявних аргументів «за» та «проти», до формування та обґрунтування власної позиції.

Лекція-візуалізація включає візуальну форму подачі лекційного матеріалу за допомогою технічних засобів навчання. Читання такої лекції зводиться до розгорнутого або короткого коментування викладачем візуальних матеріалів, що переглядаються.

При проведенні **семінарських занять** передбачено поєднання таких форм і методів навчання, як-от: робота у малих групах, рольові ігри, дискусія, публічні виступи, виступи з опонуванням, групові проекти та кейс-завдання.

Здобувачі опрацьовують інформацію та проводять дослідження самостійно, у свій вільний час, в тому числі за допомогою всесвітньої мережі Інтернеті бібліотек (див. *рекомендовану літературу*), під час занять виконують усні та письмові завдання, виступають із доповідями та презентаціями, що можуть бути підготовленими як у групі, так і індивідуально.

12. Оцінювання знань здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у ПрАТ «ВНЗ «МАУП» (<https://maup.com.ua/assets/files/publ-adm/nakaz-191.1-0.pdf>).

Система оцінювання навчальних досягнень

Вид діяльності здобувача	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	4	4	6	6
Відвідування семінарських занять	1	2	2	5	5
Робота на семінарському занятті	10	2	20	5	50
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом	-		56		96
Максимальна кількість балів: 152					
152:100=1,62. Здобувач(ка) набрав(ла) X балів; Розрахунок: X:1,52 = загальна кількість балів.					

13. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання.

Під час вивчення курсу виконуються *3 самостійні роботи*.

Самостійна робота 1 (змістовий модуль 1). Ціноутворення в умовах інфляції.

Самостійна робота 2 (змістовий модуль 2). Цінова політика підприємства на ринку (обґрунтування на прикладі компанії).

Самостійна робота 3 (змістовий модуль 2). Цінова стратегія підприємства (обґрунтування на прикладі компанії).

Критерії оцінювання:

- відповідність вимогам щодо змісту та стилю оформлення – 3 бали;
- грамотність, змістовність – 2 бали.

Максимальний загальний результат: 5 балів.

14. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.

Модульний контроль здійснюється у вигляді *тестування*.

Здобувачам пропонуються тестові завдання у кількості 25 питань.

Види тестових завдань:

- З вибором однієї правильної відповіді з наведених варіантів;
- З вибором кількох правильних відповідей;
- На встановлення відповідності запропонованих наборів тверджень;
- Завдання відкритого типу, що передбачає розгорнуту відповідь.

Критерії оцінювання: виконання тестових завдань – максимум 25 балів.

15. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання: *Залік*.

Залік проводиться в усній формі: до завдання входять 2 теоретичні питання та 1 практичне завдання, за відповідь на які максимально можливо отримати 30 балів.

Перерахування у традиційну систему:

- 30 балів – здобувач надав правильні та повні відповіді на всі запитання: «відмінно», А, 100-90 балів;
- 20 балів – здобувач відповів на всі запитання, проте допустив певні неточності у визначеннях базових категорій, які не впливають на правильність відповіді в цілому: «добре», В/С, 89–75 балів;
- 15 балів – здобувач відповів недостатньо повно і конкретно на поставлені запитання, хоч і відобразив знання основного програмного матеріалу; ця оцінка також відповідає правильній відповіді на одне з двох поставлених питань: «задовільно», D/E, 74–60 балів;
- 0 балів – здобувач надав неправильні відповіді на поставлені запитання, виявив неналежний рівень знань теоретичного та нормативного матеріалу та неспроможність послідовно і правильно аргументувати свою відповідь, або взагалі не в змозі відповісти на поставлені запитання: «не зараховано», F–FX, 59–0.

ЗАГАЛЬНА ПІДСУМКОВА ОЦІНКА (в балах) = результати поточної роботи + результати заліку.

16. Орієнтовний перелік питань для семестрового комплексного контролю.

1. Сучасні концепції вартості як основи ціни.
2. Закон попиту та закон пропозиції в формуванні ціни ринкової рівноваги.
3. Поняття еластичності попиту по ціні та розрахунок коефіцієнта еластичності попиту по ціні.
4. Поняття еластичності пропозиції по ціні та розрахунок коефіцієнта еластичності пропозиції по ціні.
5. Поняття економічної вартості як основи ціни реалізації товару визначеної якості.
6. Вплив зовнішнього середовища бізнесу на рівень ціни.
7. Вплив внутрішнього середовища бізнесу на рівень ціни.
8. Структура собівартості по економічних елементах та по статтях калькуляції.
9. Структура собівартості по розподілу на змінні та умовно-постійні витрати. Склад змінних та умовно-постійних витрат.
10. Методи включення умовно-постійних витрат у структуру ціни одиниці продукції.
11. Визначення мінімального розміру ціни на основі врахування змінних та умовно-постійних витрат.
12. Поняття цільового (необхідного) прибутку підприємства та методи визначення його розміру.
13. Методи включення цільового (необхідного) прибутку в структуру ціни продукції при витратному підході до ціноутворення.

14. Податки та збори у структурі ціни: види податків; явні і приховані методи включення податків в структуру ціни виробництва та відпускної ціни виробника.

15. Включення в ціну відрахувань в державні позабюджетні фонди.

16. Включення в ціну місцевих податків та зборів.

17. Вплив фактору конкурентності ринку за типами ринків на ціноутворення.

18. Послідовність аналізу і прийняття рішень при встановленні ринкової ціни (етапи встановлення ціни реалізації).

19. Види цін за різними принципами класифікації.

20. Види контрактних цін та умови їх застосування.

21. Світові ціни і їх формування.

22. Включення умов поставки (франко) в ціни. Міжнародна система франкування продукції ІНКОТЕРМС.

23. Функції цін в економіці.

24. Необхідність державного регулювання цін у ринковій економіці.

25. Зміст державної політики в області ціноутворення.

26. Взаємодія державного регулювання цін з іншими елементами господарського механізму.

27. Економічні (непрямі) методи державного регулювання цін.

28. Державне регулювання цін інструментами податкової політики, кредитної політики, грошової політики.

29. Адміністративні (прямі) методи державного регулювання цін.

30. Область застосування та методи встановлення регульованих цін.

31. Декларування цін як інструмент державного регулювання цін монополістів.

32. Сутність внутрішнього та зовнішнього демпінгу та протидія йому.

33. Законодавство України в області ціноутворення та повноваження окремих державних органів влади по встановленню цін (по рівнях державного управління).

34. Методи державного регулювання цін у боротьбі з інфляцією.

35. Природні монополії і контроль за цінами на їх продукцію (послуги). Антимонопольне законодавство України.

36. Особливості ціноутворення на ринках з різними типами конкуренції.

37. Місце цінової політики в загальній стратегії підприємства на ринку.

38. Принципи формування цінової політики підприємства.

39. Основні види цінової політики підприємства на ринку та фактори, що впливають на її вибір.

40. Сутність активного типу ціноутворення і його складність для виробника.

41. Формування прибутку при ціновій політиці асортиментного ціноутворення.

42. Вплив зовнішнього середовища бізнесу на вибір цінової стратегії підприємства.

43. Вплив внутрішнього середовища підприємства на вибір його цінової стратегії.
44. Зв'язок товарної стратегії підприємства з ціновою стратегією.
45. Ціна в комплексі маркетингу підприємства. Маркетингові дослідження.
46. Ухвалення цінового рішення про виведення нового товару на ринок: аналіз базової ціни з позицій її конкурентності.
47. Зв'язок цілей цінової стратегії підприємства з цілями стратегічного маркетингу.
48. Основні види цінових цілей підприємства.
49. Фактори, що впливають на вибір підприємством цінової стратегії по кожному товару.
50. Види цінових стратегій підприємства по окремому товару, які реалізують цінову політику конкурентного ціноутворення.
51. Види цінових стратегій підприємства по окремому товару, які реалізують цінову політику диференційованого ціноутворення.
52. Цінові стратегії політики асортиментного ціноутворення.
53. Зміст цінової стратегії сегментування ринку.
54. Зміст цінової стратегії низької ціни на другому ринку (граничне ціноутворення).
55. Стратегії періодичного та випадкового зниження ціни.
56. Цінові стратегії по виведенню нового товару на ринок.
57. Стратегія „ціни з приманкою” політики асортиментного ціноутворення.
58. Зміна стратегії ціноутворення в залежності від стадії життєвого циклу товару.
59. Цілі та принципи диференціації цін по ринкових сегментах.
60. Вертикальна та горизонтальна диференціація цін одного виробника.
61. Витратні методи встановлення ціни: сутність, область застосування, переваги, недоліки.
62. Встановлення ціни виробництва методом «надбавки» на основі повних витрат та цільового прибутку в ціні.
63. Встановлення ціни виробництва методом «надбавок» на основі повних витрат та середньогалузевої прибутковості.
64. Метод розрахунку ціни виробництва на основі аналізу беззбитковості виробництва та забезпечення цільового прибутку.
65. Поняття «ціннісного ціноутворення» з орієнтацією на попит покупців.
66. Послідовність визначення прибутковості продукції при використанні ціннісного підходу до ціноутворення.
67. Методи встановлення цін на основі споживчої цінності товару.
68. Методи становлення цін на основі прямих витрат та маржинального прибутку.
69. Методи встановлення цін в межах єдиного товарного асортименту фірми: ціни на базовий товар, на супутні та доповнюючі товари.
70. Метод встановлення ціни на основі рівня поточних ринкових цін.

71. Сутність нормативно-параметричного методу розрахунку ціни.
72. Методи цінової тактики підприємства як спосіб врахування кон'юнктури ринку.
73. Знижки до цін пропозиції: призначення, розрахунок, види.
74. Надбавки до базової ціни: призначення, розрахунок, види.
75. Врахування виробником структури та довжини каналу товароруку в підвищенні конкурентності ціни реалізації.
76. Поняття «життєвого циклу товару» та цінова політика врахування ЖЦТ.
77. Сутність і методи цінової і нецінової конкуренції.
78. Особливості структури ціни зовнішньої торгівлі.
79. Інформаційна база розрахунку ціни на експортну продукцію.
80. Врахування рівня інфляції при встановленні ціни реалізації.

17. Шкала відповідності оцінок

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для іспиту, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
68-74	D	задовільно	
60-67	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

18. Рекомендовані джерела (література):

Основна (базова):

1. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 21.06.2012 р. № 5007-VI [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>.
3. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції»: від 18.12.2008 р. № 689-VI [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>.
4. Методичні рекомендації з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності – Затверджено Наказом Міністерства економіки України 02.03.10 № 226 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ME02094.html.

5. Артус М.М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки: монографія / М.М. Артус. – Тернопіль: Економічна думка, 2012. – 382 с.
6. Бакунов О.О. Цінова політика підприємства: навч. посіб. / О.О. Бакунов, Ю.О. Кучеренко. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2016. – 111 с.
7. Березін О.В. Управління ціноутворенням: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Березін, Ю.В. Карпенко. – Суми: Університетська книга, 2012. – 175 с.
8. Верхоглядова Н.І. Основи ціноутворення: Навч. посібник / Н.І. Верхоглядова., С.Б. Ільїна, Н.А. Іванникова, Я.Я. Слабко, Ю.В. Лисенко. – К.: Кондор, 2007. – 252 с.
9. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення. Навчальний посібник – К.: «Центр учбової літератури», 2012. – 480 с.
10. Малініна Н.М. Ціни і ціноутворення: практикум / Н.М. Малініна, І.В. Причепя, В.В. Кавецький. – Вінниця: ВНТУ, 2015. – 63 с.
11. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / Пінішко В.С., Рудницька О.С., Юсипович О.І. – Л.: Вид-во Львів. комерц. акад., 2013. – 191 с.
12. Тормоса Ю.Г. Ціни та цінова політика: Навч.-метод. посібник / Ю.Г. Тормоса. – К.: КНЕУ, 2006. – 247 с.
13. Управління витратами : навч. посіб. / М. В. Чорна, П. В. Смірнова, Р. М. Бугріменко, 2017. – 166 с.
14. Філіна Г.І. Управління витратами та цінами: навч. посіб. / Філіна Г.І. – К.: Персонал, 2008. – 240 с.
15. Ціноутворення в умовах ринку: навч. посіб. [Літвінов Ю. І., Останкова Л.А., Літвінова Т. М. та ін.]. – К.: ЦУЛ, 2010.- 400 с.
16. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: Навч. посібник / Л.О. Шкварчук. – К.: Кондор, 2008. – 195 с.
17. Шульга О.А. Ціноутворення: курс лекцій: [навч. посіб.] / Шульга О.А. – К.: НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2015. – 110 с.

Джерела з мережі Інтернет:

1. Офіційний сайт Держпродспоживслужба [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dpss.gov.ua/kontrol-u-sferi-cinoutvorenniya/pro-upravlinnya>.
2. Державна податкова служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tax.gov.ua/diyalnist-/transfertne-tsinoutvorenn/prezentatsiyni-materiali/>.

Додаткова:

1. Давидович І. Є. Управління витратами [Електронний ресурс]: навч. посіб. / І. Є. Давидович. – К. : ЦУЛ, 2008. – 320 с.
2. Данилко В.К. Управління витратами : навч. посібник / В. К. Данилко, О. М. Кушніренко, К. С. Марченко. – К. : Каравела, 2012. – 216 с.
3. Іванюта П.В. Управління ресурсами і витратами: навч. посібник / П. В. Іванюта, О. П. Лугівська; за ред. С. М. Іванюти. – 2-ге вид. – К. : ЦУЛ, 2011. – 320 с.
4. Колесников О.В. Ціноутворення. Видання 3-є виправлене та доповнене. Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 144 с.

5. Кузьмін О.Є. Управління витратами на підприємствах : навч. посібник / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник, У. І. Когут. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 244 с.
6. Литвиненко Я.В. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. – МАУП, К.: Персонал, 2008. 244 с.
7. Лошенко І.Р. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / І.Р. Лошенко, А.М. Гуменюк, Ю.Б. Чаплінський. – К.: Дакор: КНТ, 2008. – 184 с.
8. Основи ціноутворення: підруч./ [Ред. Олійник Д.І., Кириченко О.А., , Денисенко М.П.]. – К.: Професіонал, 2009.- 384 с.
9. Трансфертне ціноутворення: український варіант / О. В. Жукова [та ін.]. – К.: Юстініан, 2014. – 183 с.
10. Falzani D. Double your price: the strategy and tactics of smart pricing. Pearson Education, Limited, 2023.
11. Gruyaert E. Strategy and tactics of pricing: a guide to growing more profitably. Routledge, 2023.
12. Müller G., Nagle T. T. Strategy and tactics of pricing: a guide to growing more profitably. Taylor & Francis Group, 2017. Strategy and tactics of pricing: a guide to growing more profitably. Taylor & Francis Group, 2018.

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «СУЧАСНА ПОЛІТИКА ЦІНОУТВОРЕННЯ»

Разом: 120 год., з них лекції – 20 год., семінарські заняття – 14 год., самостійна робота – 86 год.

№	Кількість балів за семестр 152	Кількість балів		
	Теми лекцій та семінарських занять	Лекції	Семінарські та практичні заняття	Самостійна робота
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи ринкового ціноутворення.				
1.	Ціноутворення в умовах ринкових відносин. Функції та види цін в економіці	1 (1 бал)		
2.	Структура ціни як об'єкт управління	2 (1 бал)	1 (1+10 балів)	
3.	Державне регулювання цін в ринковій економіці	3 (1 бал)	2 (1+10 балів)	
4.	Ціноутворення в умовах інфляції	4 (1 бал)		1 (5 балів)
	Поточний контроль	модульна контрольна робота №1 (25 балів)		
Змістовий модуль 2. Цінова політика підприємства				
5.	Цінова політика підприємства на ринку	5 (1 бал)	3 (1+10 балів)	2 (5 балів)
6.	Методи встановлення цін	6 (1 бал) 7 (1 бал)	4 (1+10 балів)	
7.	Цінова стратегія підприємства	8 (1 бал)	5 (1+10 балів)	3 (5 балів)
8.	Цінова тактика підприємства на ринку	9 (1 бал)	6 (1+10 балів)	
9.	Особливості ціноутворення в зовнішньоекономічній діяльності	10 (1 бал)	7 (1+10 балів)	
	Поточний контроль	модульна контрольна робота №2 (25 балів)		
	Підсумковий контроль	Розрахунковий коефіцієнт: 1,52		