

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



МАУП

Кафедра фінансів, банківської та страхової справи

Затверджую:

Директор ННІУЕБ

Семенець-Орлова І.А.

«02» 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
ЦІНОУТВОРЕННЯ

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

Освітнього рівня: першого (бакалаврського)

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

Київ МАУП 2024

Розробник силабуса навчальної дисципліни:

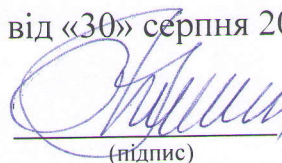
Кришталь Г.О., д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи, ННІУЕБ.

Викладач:

Кришталь Г.О., д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи, ННІУЕБ.

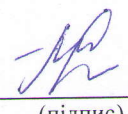
Силабус розглянуто та затверджено на засіданні кафедри фінансів, банківської та страхової справи (протокол № 1 від «30» серпня 2024 р.).

Завідувач кафедри


(підпис) Г.О. Кришталь

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

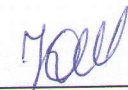
«30» серпня 2024 р.

Керівник освітньо-професійної програми 
(підпис) І.О. Брюховецька

Силабус перевірено

«30» серпня 2024 р.

Заступник директора ННІУЕБ


(підпис) І.І. Каліна

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	Ціноутворення
Викладач (-і)	Кришталь Галина Олександрівна
Портфоліо викладача (-ів)	https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/institut-ekonomiki/kafedra-bank-strahovoi-spravi.html
Контактний тел.	+38-(097)-87-93-904
E-mail:	gkryshtal@ukr.net
Сторінка дисципліни на сайті	https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/institut-ekonomiki/kafedra-bank-strahovoi-spravi/silabusi8.html
Консультації	Очні консультації: згідно розкладу

1. Коротка анотація до дисципліни. Ціни та ціноутворення – провідні категорії ринку, гнучкий та потужний важіль управління результатами господарської діяльності підприємства. Їх формування виявляє визначальний вплив на формування структури виробництва, рух суспільного продукту в матеріально-речовій формі, ефективність розподілу та використання факторів виробництва та визначає рівень життя населення.

Навчальна дисципліна «Ціноутворення» націлена на формування необхідних теоретичних знань у сфері ціноутворення на макрорівні та практичних навичок щодо розрахунку обґрунтованих цін на товари і послуги, що дозволить забезпечити ефективну господарську діяльність суб'єктів економіки та набуття ними переваг у ринковій ціновій конкуренції.

2. Мета: вивчення дисципліни «Ціноутворення» це 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.

3. Завданнями дисципліни є опанування:

- теоретичних засад ціноутворення;
- методики формування цін та її окремих елементів;
- сутності методів ринкового ціноутворення;
- особливостей установлення цін на зовнішньому ринку;

- методологічних підходів до розробки цінової політики та стратегії підприємства за окремими продуктами і видами ринків;
- цілей і методів державного регулювання цін та його впливу на економічні процеси;
- механізму формування цін в умовах ринкової економіки;
- сучасних методів ціноутворення з відповідними алгоритмами розрахунків рівнів цін;
- особливостей ціноутворення у виробничій, торговельній і зовнішньоекономічній сферах діяльності.

3. Формат курсу: очний (offline).

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

Табл.1

Компетентність	Ступінь сформованості компетентності	Оцінювання
Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми в ході професійної діяльності у галузі фінансів, банківської справи та страхування або у процесі навчання, що передбачає застосування окремих методів і положень фінансової науки та характеризується невизначеністю умов і необхідністю врахування комплексу вимог здійснення професійної та навчальної діяльності.	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (іспит)
Здатність до гнучкого мислення, відкритого для застосування набутих знань для вирішення стратегічних та поточних завдань економічного розвитку підприємства, а також для застосування набутих економічних знань у повсякденному житті та власному розвитку.	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (іспит)
Здатність приймати зважені рішення та виконувати роботу в команді, включаючи здатність взаємодії із колегами та виконання обов'язкової роботи в установлені строки.	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (іспит)
Здатність застосовувати економіко-математичні методи та моделі для вирішення фінансових задач.	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (іспит)
Здатність застосовувати знання законодавства у сфері монетарного, фіскального регулювання та регулювання фінансового ринку.	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (іспит)

5. Тривалість курсу. 120 годин (4 кредити ЄКТС), з них: 52 години аудиторної роботи; 64 годин – самостійної роботи, іспит.

6. Статус дисципліни: обов'язкова професійної підготовки.

7. Пререквізити: Навчальний матеріал ґрунтується на положеннях сучасної економічної теорії, наукових розробках закордонних учених, законах та нормативно-правових актах. Методична основа дисципліни «Ціноутворення» своєю основою має сучасні економічні теорії та вартісні та неwartісні концепції ціни, теоретичні основи формування системи цін в економіці та на окремому підприємстві, методичні основи «ціннісного та витратного» ціноутворення.

Засвоєння дисципліни базується на знаннях студентів, набутих при вивченні таких дисциплін як «Фінанси», «Економіка підприємств», «Фінанси підприємств», «Маркетингове ціноутворення».

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

Змістовий модуль 1. *Теоретичні основи ціноутворення* – це система навчальних елементів, що поєднана за ознакою відповідності засвоєння студентом загальних теоретико-методичних засад формування ціни. В модулі розглядається економічна сутність ціни та її функції; розкривається механізм ринкового ціноутворення; досліджується структура ціни. Після опрацювання даного модуля студенти повинні вільно володіти категоріальним апаратом дисципліни; розуміти значення ціноутворення для підвищення конкурентоздатності, розуміти особливості формування ціни.

Змістовий модуль 2. *Механізм формування цін* – це система навчальних елементів, що поєднана за ознакою відповідності засвоєння студентом загальних теоретико-практичних засад, необхідних для формування цінової політики та стратегії. Засвоєння модулю передбачає набуття вміння обґрунтовувати вибір цінової політики, методу ціноутворення, інструментів цінової стратегії та тактики; окремо увага приділена впливу державного регулювання на процеси ціноутворення.

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 к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	6	6	5	5
Відвідування семінарських занять	1	5	5	5	5
Робота на семінарському занятті	10	5	50	5	50
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом	-		96		95
Максимальна кількість балів: 201					
201:100=2,01. Здобувач набрав Х балів; Розрахунок: Х:2,01 = загальна кількість балів.					

13. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання.

Під час вивчення курсу виконуються 4 *самостійні роботи*.

Самостійна робота 1 (змістовий модуль 1). Витрати в структурі ціни виробництва. Задачі.

Самостійна робота 2 (змістовий модуль 1). Структура ціни реалізації та її розрахунок. Задачі.

Самостійна робота 3 (змістовий модуль 2). Державне регулювання цін у ринковій економіці. Огляд нормативно-правового регулювання.

Самостійна робота 4 (змістовий модуль 2). Цінова стратегія підприємства на ринку. Обґрунтування цінової стратегії на прикладі конкретної 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*.

Студентами 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:

Іспит.

Іспит проводиться в усній формі: до завдання входять 3 теоретичні питання, 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 іспиту.

16. Орієнтовний перелік питань для семестрового комплексного контролю.

1. Вартісна основа ціни і відхилення цін від вартості.
2. Зміст закону цін і його значення в економіці.
3. Закон попиту у ринковій економіці.
4. Закон пропозиції у ринковій економіці.
5. Сутність коефіцієнта еластичності попиту по ціні.
6. Сутність коефіцієнта еластичності пропозицій по ціні.
7. Формування ціни ринкової рівноваги і її графічне зображення.
8. Облікова функція ціни в економіці.
9. Стимулююча функція ціни в економіці.
10. Розподільча функція ціни в економіці.
11. Функція ціни збалансування попиту та пропозиції.
12. Функція ціни оптимізації розміщення виробництва.
13. Зовнішні маркетингового середовища, що впливають на рівень цін.
14. Внутрішні фактори маркетингового середовища, що впливають на рівень цін.
15. Вплив фактора конкурентності ринку на встановлення ціни реалізації
16. Особливості ціноутворення на ринку вільної конкуренції.
17. Особливості ціноутворення на ринку монополістичної конкуренції.
18. Особливості ціноутворення на олігополістичному ринку.
19. Особливості ціноутворення на монополістичному ринку.
20. Класифікація цін в залежності від сфери обігу, за галузевою приналежністю та строком дії.
21. Контрактні ціни: тверді, ковзаючі, ступінчасті, фіксовані на певну дату.
22. Ціни біржової торгівлі.
23. Ціни аукціонної торгівлі.
24. Сутність тендерного ціноутворення.
25. Включення в ціни умов поставки продукції. Міжнародна система франкування продукції ІНКОТЕРМС.
26. Сутність, цілі і види диференціації цін.
27. Сутність собівартості продукції. Собівартість товарного випуску. Собівартість одиниці продукції.
28. Структура собівартості за економічними елементами, сфера застосування.
29. Структура собівартості за калькуляційними статтями.
30. Структура собівартості за змінними та умовно-постійними витратами.
31. Склад змінних (прямих) витрат.
32. Склад умовно-постійних (накладних) витрат.

33. Включення умовно-постійних витрат в ціну у вигляді нормативу непрямих витрат в одиниці продукції.
34. Поняття необхідного (цільового) прибутку підприємства.
35. Визначення розміру необхідного (цільового) прибутку для підприємства в цілому методом прямого розрахунку.
36. Визначення розміру необхідного (цільового) прибутку для підприємства в цілому методом дохідності капіталу підприємства розрахунку.
37. Метод включення прибутку в ціну пропорційно собівартості одиниці продукції
38. Поняття маржинального прибутку і його використання в ціноутворенні.
39. Поняття базової (планової) ціни та ціни реалізації.
40. Структура ціни виробництва та відпускної ціни виробника.
41. Структура ціни оптової торгівлі.
42. Структура роздрібною ціни.
43. Податкова система і її зв'язок з ціноутворенням. Включення в ціну виробництва податків та платежів до державних позабюджетних фондів.
44. Включення у відпускну ціну виробника акцизу та ПДВ.
45. Призначення та склад націнки оптової і роздрібною торгівлі до ціни закупівлі товару.
46. Державне регулювання націнок торгівлі.
47. Визначення мінімального обсягу виробництва та мінімального обсягу реалізації на основі розрахунку порогу беззбитковості.
48. Визначення оптимального для підприємства обсягу виробництва та оптимального обсягу реалізації на основі розрахунку порогу беззбитковості та цільового прибутку.
49. Значення аналізу ринку збуту при встановленні базової ціни.
50. Послідовність аналізу і прийняття рішень від розробки базової ціни до встановлення ринкової ціни реалізації (етапи встановлення ціни реалізації).
51. Поняття та значення гнучкості ціноутворення в ринковій економіці.
52. Знижки і надбавки до цін: призначення, основні види, розрахунок.
53. Цінові знижки за обсяг купівлі товару, сезонні, бонусні, прогресивні (за обсяг контракту).
54. Надбавки до цін: призначення, основні види.
55. Розрахунок надбавки до ціни.
56. Законодавство України в області ціноутворення.
57. Необхідність державного регулювання цін у ринковій економіці.
58. Зміст і цілі державної політики в області ціноутворення.
59. Державне регулювання цін на промислову продукцію та сировину.
60. Державне регулювання цін на споживчі товари та послуги населенню.
61. Сутність непрямих (економічних) методів державного регулювання цін.
62. Державне регулювання цін методами податкової та кредитної політики.

63. Прямі методи державного регулювання цін: фіксовані та регульовані ціни, декларування цін, пряме регулювання цінової поведінки виробника.
64. Методи регулювання цін державою.
65. Регулювання цін монополістів методом декларування ціни.
66. Поняття внутрішнього та зовнішнього демпінгу.
67. Антимонопольне законодавство України та його роль в державному регулюванні цін.
68. Повноваження державних органів по встановленню цін по рівнях органів влади.
69. Природні монополії і контроль за цінами на їхню продукцію (послуги).
70. Здійснення державного контролю за цінами: об'єкт контролю, основні напрямки.
71. Цілі, задачі, і фактори, що визначають вид цінової політики окремого підприємства.
72. Основні види цінової політики підприємства.
73. Складові цінової політики підприємства: цінова стратегія та цінова тактика.
74. Вплив зовнішнього і внутрішнього середовища маркетингу на цінову стратегію підприємства.
75. Цілі цінової стратегії підприємства: взаємозв'язок з цілями стратегічного маркетингу та основні види цінових цілей.
76. Обґрунтування вибору підприємством цінової стратегії по кожному товару.
77. Основні види цінових стратегій підприємства на ринку.
78. Цінові стратегії виведення нового товару на ринок.
79. Поняття життєвого циклу товару.
80. Зміна стратегії ціноутворення в залежності від стадії життєвого циклу товару.
81. Сутність витратного підходу до ціноутворення.
82. Витратні методи на основі повної собівартості та цільового прибутку (методи «надбавок»).
83. Сутність «ціннісного» ціноутворення, орієнтованого на ринковий попит.
84. Економічна ефективність «ціннісного» ціноутворення та особливості його застосування.
85. Метод встановлення ціни з орієнтацією на попит споживачів (споживчої оцінки).
86. Метод встановлення ціни по прямих витратах.
87. Сутність та область застосування методів нормативно-параметричного ціноутворення.
88. Сутність і методи цінової і нецінової конкуренції.
89. Фактори, що впливають на рівень експортної ціни.
90. Структура експортної ціни та її залежність від контрактних умов.

17. Шкала відповідності оцінок

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, 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. Березін О. В., Карпенко Ю. В. Ціноутворення в туристичному бізнесі: навч. посіб. - Суми: Університетська книга, 2016. - 168 с.
2. Березін О.В. Управління ціноутворенням: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. В. Березін, Ю. В. Карпенко. Суми: Університетська книга, 2012. – 175 с.
3. Колесников О.В. Ціноутворення : навч. посіб. [3-ге вид., виправл. та доповн.] К.: «ЦУЛ», 2016. 159 с.
4. Колесников О.В. Ціноутворення: Навч. посіб. - 2-ге вид., випр. та доп. - К.: ЦНЛ, 2006. - 144 с.
5. Колесников О.В. Ціноутворення: навч. посіб./ Колесников О.В. - 3-е вид., випр. та доп. - К.: ЦУЛ, 2007. - 144 с.
6. Круш П.В. Ціноутворення: підручник для студ. спеціальності 051 «Економіка» / П.В. Круш, О.І. Андрусь – Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 292 с.
7. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Завадських Г.М. Ціноутворення: курс лекцій. – Мелітополь: 2020. – 193 с.
8. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навч. посіб./ [Мазур О. Є.]. - К.: ЦУЛ, 2012. - 480 с.
9. Основи ціноутворення: Навч. посіб./ Верхоглядова Н. І., Ільїна С. Б., Іваннікова Н. А. та ін. - К.: Кондор, 2007. - 252 с.
10. Основи ціноутворення: підруч./ [Ред. Олійник Д. І., Кириченко О. А., Денисенко М. П.]. - К.: Професіонал, 2009. - 384 с.
11. Пінішко В. С. Ціно- і тарифотворення у питаннях і відповідях: навч. посібник: [перевидання] / В. С. Пінішко, О. С. Рудницька. - Львів, «Магнолія 2006», 2019. – 212 с.
12. Філіна Г.І. Управління витратами та цінами: навч. посіб. / Філіна Г.І. – К.: Персонал, 2008. – 240 с.

13. Ціноутворення в умовах ринку. Л. Останкова, Ю. Літвінов, Т. Літвінова, О. Підгорна. К.: «Центр навчальної літератури», 2019 – 400 с.
14. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: Навч. посібник. К.: Кондор, 2008. 195 с.
15. Шкварчук Л.О. Ціноутворення: Підручник. - К.: Кондор, 2006. - 460 с.
16. Шкварчук Л.О. Ціноутворення: підручник/ Шкварчук Л.О. - К.: Кондор, 2008. - 460 с.
17. Шульга О.А. Ціноутворення: курс лекцій: [навч. посіб.] К.: НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2015. 110 с.

Джерела з мережі Інтернет:

1. Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 21.06.2012 р. № 5007-VI [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text>.
2. Податковий Кодекс України від 23.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
3. Митний Кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
4. Ціни та ціноутворення: опорний конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр» спеціальності 073 «Менеджмент» денної та заочної форми навчання / М. І. Кареба — Миколаїв: МДАУ, 2017. — 100 с. [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2155/1/Tsiny_ta_tsinoutvorenn ya.pdf.

Додаткова:

1. Верхоглядова Н. І. Основи ціноутворення : навч. посіб. / Н. І. Верхоглядова, С.Б. Ільїна, Н.О. Іванникова та ін. – Київ : Кондор, 2007. – 252 с.
2. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення: навч. посіб./ [Мазур О. Є.]. – К.: ЦУЛ, 2011.- 480 с.
3. Confessions of the pricing man: how price affects everything. Copernicus, 2015. 236 p.
4. Hill P. Pricing for profit: how to develop a powerful pricing strategy for your business. Kogan Page, Limited, 2015. 280 p.
5. Marn M. V., Zawada C. C., Baker W. L. Price advantage. Wiley & Sons, Incorporated, John, 2012.
6. Pricing for profit: how to develop a powerful pricing strategy for your business. Kogan Page, Limited, 2013.
7. Pricing strategy: setting price levels, managing price discounts and establishing price structures. Cengage South-Western, 2011. 344 p.
8. Raju J. S. Smart pricing: How Google, Priceline, and leading businesses use pricing innovation for profitability. Upper Saddle River, N.J : Wharton School Pub., 2010. 212 p.
9. Ramanujam M., Tacke G. Monetizing innovation: how smart companies design the product around the price. Wiley & Sons, Incorporated, John, 2016. 256 p.

19. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «ЦІНОУТВОРЕННЯ»

Разом: 120 год., з них лекції – 28 год., семінарські заняття – 28 год., самостійна робота – 64 год.

№	Кількість балів за семестр 201	Кількість балів		
	Теми лекцій та семінарських занять	Лекції	Семінарські та практичні заняття	Самостійна робота
Змістовний модуль 1. Теоретичні основи ціноутворення				
1.	Ціна та її сутність, функції цін в економіці	1 (1 бал)		
2.	Принципи ринкового ціноутворення. Ціноутворення на ринках різних типів.	2 (1 бал)	1 (1+10 балів)	
3.	Система цін	3 (1 бал)	2 (1+10 балів)	
5.	Витрати в структурі ціни виробництва	4 (1 бал)	3 (1+10 балів)	1 (5 балів)
6.	Прибуток у структурі ціни виробництва	5 (1 бал)	4 (1+10 балів)	
7.	Структура ціни реалізації та її розрахунок	6 (1 бал)	5 (1+10 балів)	2 (5 балів)
	Поточний контроль	модульна контрольна робота №1 (25 балів)		
Змістовий модуль 2. Механізм формування цін				
8.	Державне регулювання цін у ринковій економіці	7 (1 бал)	6 (1+10 балів)	3 (5 балів)
9.	Цінова політика підприємства	8 (1 бал)	7 (1+10 балів)	
10.	Методи встановлення цін	9 (1 бал)	8 (1+10 балів)	4 (5 балів)
11.	Цінова стратегія підприємства на ринку	10 (1 бал)	9 (1+10 балів)	
13.	Ціноутворення у зовнішньоекономічній діяльності	11 (1 бал)	10 (1+10 балів)	
	Поточний контроль	модульна контрольна робота №2 (25 балів)		
	Підсумковий контроль	Розрахунковий коефіцієнт: 2,01		