



ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ
ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ, ТЕХНОЛОГІЙ ТА ПРАВА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ І ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, МАРКЕТИНГУ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЦІНОУТВОРЕННЯ

Затверджено:

Протокол засідання кафедри
економіки, маркетингу та
бізнес-адміністрування
№ 1 від 29 серпня 2023 р.
Завідувач кафедри ЕМБА

В.П. Яновська

Викладач	ЮРЧЕНКО Марія Артурівна Асистент кафедри ЕМБА	
Посилання профіль викладача на сайті ДУІТ	ЮРЧЕНКО Марія Артурівна	
E-mail	mlysenkova27@gmail.com	
Факультет, Кафедра	Факультет Управління і технологій/ Кафедра Економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування м. Київ, вул. Івана Огієнка, 19, каб. 904 телефон: +380952578505	
Консультації	Кожен понеділок та середа з 12 до 14 м. Київ, вул. Івана Огієнка, 19, каб. 904 або за посиланням на Zoom канал https://us04web.zoom.us/j/79913290501?pwd=WBb8bCy19e56jk4mO9qIHlsVbgrsx.1 Ідентифікатор конференції: 799 1329 0501 Код доступу: Wf7kvt	
Офіційна назва освітньої програми	МАРКЕТИНГ	
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)	
Галузь знань, спеціальність	07 «Управління та адміністрування» 075 «Маркетинг»	
Статус дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Цикл дисциплін професійної підготовки, Вибіркова	
Курс/ Семестр викладання	3/5	
Обсяг дисципліни	4 кредити ECTS / 120 загальна кількість годин	
Види та кількість	Лекції – 24 годин/ 8 годин	

аудиторних занять, денна/ заочна	Практичні заняття – 20 години/ 4 години
Форма контролю	Залік
Локація та матеріально- технічне забезпечення	Аудиторія згідно з розкладом. Мультимедійний проектор, мережа Internet.
Мова викладання	Українська
Мета вивчення дисципліни	надання студентам теоретичних знань і практичних навичок з питань формування цін та розробки цінової політики.
Загальні компетентності	ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК04. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
Спеціальні (фахові) компетентності	СК01. Розуміння особливостей сучасної світової та національної економіки, їх інституційної структури, обґрунтування напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави. СК02. Здатність використовувати сучасні джерела економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів. СК03. Здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності. СК04. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу; здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
Програмні результати навчання	РН01.Вміти аналізувати процеси державного та ринкового регулювання соціально-економічних і трудових відносин. РН02. ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники. РН03. Виконувати міждисциплінарний аналіз соціально-економічних явищ і проблем в одній або декількох професійних сферах з врахуванням ризиків та можливих соціально-економічних наслідків. РН04. Демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі із новими об'єктами, та у невизначених умовах; демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. РН05. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ЧИМ ВАЖЛИВИЙ КУРС:

Курс дає можливість розширити світогляд та отримати такі професійні компетенції: застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади); використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності; вміти аналізувати процеси державного та ринкового регулювання соціально-економічних і трудових відносин.

Дисципліна надає студентам здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу; здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі;

здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими; здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності; здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності; здатність оцінити параметри зовнішнього середовища в умовах недостатнього інформаційного забезпечення.

Зміст навчальної дисципліни за темами

Змістовий модуль 1.

Теоретичні основи ціноутворення

Тема 1. Сутність, види і функції цін у ринковій економіці.

Поняття ціни та процесу ціноутворення. Основні види цін. Теорії ціноутворення. Вплив попиту і пропозиції на формування ринкових цін. Функції цін. Закон України «Про ціни і ціноутворення».

Тема 2. Цінова політика держави.

Цінова політика держави та її основні цілі. Необхідність державного регулювання цін. Основні форми втручання держави у процес ціноутворення. Вплив на економіку втручання держави у процеси ціноутворення шляхом введення фіксованих, або граничних цін. Система органів ціноутворення, їхні завдання та функції. Контроль за додержанням дисципліни цін. Система органів контролю за цінами.

Тема 3. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні.

Загальні питання регулювання цін. Законодавче регулювання процесів ціноутворення в Україні. Форми і методи державного регулювання цін. Фактори, що визначають необхідність державного впливу на процеси ціноутворення. Наслідки державного впливу на процеси ціноутворення в Україні. Світовий досвід державного регулювання цін.

Тема 4. Цінова політика підприємства.

Сутність і роль цінової політики в сучасній економіці. Основні етапи формування цінової політики. Цінова стратегія підприємства та її види. Система цінових знижок. Кількісні цінові знижки. Знижки за швидкість платежу, сезонні, дилерські та інші види знижок. Маркетингові стратегії цін. Цінова політика з врахуванням життєвого циклу товару. Визначення співвідношення цін на взаємозамінні товари.

Тема 5. Основні ціноутворюючі чинники.

Попит і пропозиція як ціноутворюючі чинники. Закон попиту. Взаємодія попиту і пропозиції, ціна рівноваги. Цінова еластичність, коефіцієнти еластичності. Еластичність попиту та її чинники. Еластичність пропозиції. Формування цін залежно від типу ринку. Політика ціноутворення на ринку досконалої конкуренції. Особливості встановлення цін на ринку монополістичної конкуренції.

Змістовий модуль 2.

Формування цінової політики

Тема 6. Структура ціни і формування її складових.

Склад ціни. Обов'язкові та необов'язкові елементи ціни. Структура ціни. Роль витрат у формуванні ціни. Групування витрат за елементами та статтями калькуляції. Методи обліку витрат у ціноутворенні. Суть методу обліку повних витрат та його недоліки. Метод обліку прямих витрат. Маржинальний дохід. Методи визначення в ціні прибутку. Нормативний метод. Граничні та розрахункові нормативи рентабельності. Залишковий метод визначення прибутку в ціні. Формування в ціні товарних податків. Акцизний збір, ставки акцизного збору. Особливості визначення в ціні вітчизняних товарів акцизного збору на основі відсоткової ставки. Посередницько-збутові та торговельні надбавки як самостійні елементи ціни. Їх склад та порядок визначення. Умови застосування торгово-посередницьких знижок. Скласти калькуляцію на виріб. Розрахувати відпускну ціну виробника, ціну посередника та роздрібну ціну. Розрахувати структурні елементи ціни: прибуток, податок на додану вартість, акцизний збір. Визначити ПДВ до сплати.

Тема 7. Методи ринкового ціноутворення.

Витратні методи ціноутворення. Метод повних витрат. Метод надбавок. Метод беззбитковості та цільового прибутку. Графік беззбитковості. Визначення точки беззбитковості аналітичним шляхом. Методи, що спираються на попит. Визначення точки беззбитковості аналітичним шляхом. Метод балової оцінки. Методи з орієнтацією на конкуренцію. Метод лідера та сфера його поширення. Метод тендерного ціноутворення та сфери його застосування. Розрахувати ціну методом балової оцінки, методом лідера, беззбитковості та цільового прибутку. Визначити точку беззбитковості, кількість продукції, реалізація якої забезпечить відповідний цільовий дохід. Визначення ціни методом прямих витрат та умови ефективності його застосування.

Тема 8. Ціни біржової торгівлі.

Біржова торгівля та її місце в ринковій економіці. Поняття товарної біржі. Види біржових угод та їх особливості. Ціни біржової торгівлі та їх види. Довідкові ціни. Біржове котирування та його сутність і правила. Чинники, що впливають на ціни біржової торгівлі. Методи біржового котирування цін. Форми розрахунків за біржовими угодами. Застосування біржових котирувань для цілей трансфертного ціноутворення.

Тема 9. Ціни зовнішнього ринку.

Особливості формування цін на зовнішньому ринку. Світові ціни та їх характеристика. Біржові котирування. Ціни товарних аукціонів. Ціни торгів. Ціни міжнародних контрактів та способи їх фіксації. Врахування в цінах базисних умов поставок. Правила «Інкотермс-90». Особливості встановлення цін на експортноімпорتنу продукцію. Індикативні ціни. Формування цін на імпорتنу продукцію. Визначення митної вартості. Встановлення в цінах ввізного мита, митних зборів та акцизного збору. Визначення ціни придбання товару. Визначення експортних цін та врахування в їх складі товарних податків. Визначити імпорتنу ціну товару. Розрахувати складові елементи імпоротної ціни: податок на додану вартість, акцизний збір, мито.

Тема 10. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні.

Ринкова кон'юнктура: поняття та суть. Показники ринкової кон'юнктури. Методи дослідження ринкової кон'юнктури ринку та цінової динаміки. Принципи і методи дослідження чутливості покупців до рівня цін. Маркетингові дослідження цін: прямі методи. Маркетингові дослідження цін: непрямі методи.

Практичні заняття курсу передбачають виконання ситуаційних, тестових, розрахункових та інших завдань, опитування та дискусії за темами, короткі виступи та

презентації з тематики дисципліни.

ОЦІНЮВАННЯ

Форми поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль – 100 балів Підсумковий контроль – залік
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	
Підсумкові бали з навчальної дисципліни визначаються як сума балів, отриманих здобувачем протягом семестру	

Відвідування лекцій:

За відвідування кожної лекції нараховується 1 бал. Максимальна сума становить 10 балів.

Практичні заняття:

Оцінюються за активністю здобувачів освіти на заняттях, їх відповідями, доповідями та ступенем залученості у дискусії (до 5 балів).

Максимальна сума становить 5 балів за кожне заняття, 60 балів.

Самостійна робота

Написання та захист реферату (тематика погоджується із викладачем курсу) у вигляді доповіді та/або презентації оцінюються у 10 балів.

Підсумковий контроль - Залік

Здобувач отримує підсумкову оцінку за результатами поточного контролю шляхом накопичення балів. Максимальна кількість балів, яку може отримати здобувач, становить 100.

Додаткові бали до поточного контролю здобувач освіти може отримати, пройшовши навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни та пройшовши процедуру визнання згідно [Положення про визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здобувачами вищої освіти ДУІТ](#).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS			
Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно («зараховано»)	A	«Відмінно» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні в повному обсязі, відмінна робота без помилок або з однією незначною помилкою.
82-89	Добре («зараховано»)	B	«Дуже добре» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні, якість виконання більшості з них оцінено числом балів, близьким до максимального, робота з двома – трьома незначними помилками
75-81		C	«Добре» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні, якість виконання жодного з них не оцінено мінімальним числом балів, деякі види завдань виконані з помилками, робота з декількома незначними помилками, або з однією – двома значними помилками

64-74	Задовільно («зараховано»)	D	«Задовільно» - теоретичний зміст курсу освоєний не повністю, але прогалини не носять істотного характеру, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано, деякі з виконаних завдань, містять помилки, робота з трьома значними помилками
60-63		E	«Достатньо» - теоретичний зміст курсу освоєний частково, деякі практичні навички роботи не сформовані, частина передбачених програмою навчання навчальних завдань не виконані, або якість виконання деяких з них оцінено числом балів, близьким до мінімального, робота, що задовольняє мінімум критеріїв оцінки
35-59	Незадовільно («не зараховано»)	FX	«Умовно незадовільно» теоретичний зміст курсу освоєний частково, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених програм навчання, навчальних завдань не виконано, або якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до мінімального; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання навчальних завдань (з можливістю повторного складання), робота що потребує доробки
0-34		F	«Безумовно незадовільно» теоретичний зміст курсу не освоєно, необхідні практичні навички роботи не сформовані, всі виконані навчальні завдання містять грубі помилки, додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не приведе до значимого підвищення якості виконання навчальних завдань, робота, що потребує повної переробки

ІНФОРМАЦІЙНО- МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Методичне забезпечення:

1. Робоча програма навчальної дисципліни.
2. Силабус навчальної дисципліни.
3. Конспект лекцій.
4. Посилання на Google Classroom: Управління витратами
Електронні ресурси бібліотеки ДУІТ: <https://library.duit.in.ua>.

Список рекомендованої літератури

1. Шульга О. А. Ціноутворення: курс лекцій: [навч. посіб.]. Київ: НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2015. 110 с..
2. Чукурна О. П. Концепція маркетингового ціноутворення в глобальній економіці: монографія. Одеса: Астропринт, 2016. 334 с.
3. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Завадських Г.М. Ціноутворення: курс лекцій. Мелітополь: Люкс, 2020. 193 с.

Додаткова інформація

Детальнішу інформацію щодо методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи та повного списку літератури наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.

ПОЛІТИКА ДИСЦИПЛІНИ

Щодо академічної доброчесності

Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів ДУІТ:

[Кодекс академічної доброчесності Державного університету інфраструктури та технологій](#)

[Положення про систему забезпечення академічної доброчесності у Державному університеті та технологій](#)

[Положення про Комісію з академічної доброчесності у ДУІТ та Комісію з етики та управління конфліктами у сфері академічної доброчесності у ДУІТ](#)

Порушення [Кодексу академічної доброчесності ДУІТ](#) є серйозним порушенням, навіть якщо воно є ненавмисним.

Списування під час контрольних заходів заборонені.

Усі письмові роботи, виконані в електронному вигляді (реферати), перевіряються на наявність плагіату згідно з [Положенням про порядок перевірки навчальних, кваліфікаційних, науково-методичних наукових та інших робіт на наявність ознак академічного плагіату у ДУІТ](#). У випадках виявлення порушення – реагування відповідно до [Кодексу академічної доброчесності ДУІТ](#).

Щодо відвідування

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (хвороба, міжнародне стажування, індивідуальний графік) навчання може відбуватися в онлайн (або змішаній) формі за погодженням із деканом факультету.

Неформальна освіта

Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «[Положенням про визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здобувачами вищої освіти ДУІТ](#)».