



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ

ID 929

Шифр, назва спеціальності та освітній рівень	051 Економіка (бакалавр)	Назва освітньої програми	Економіка
Тип програми	Освітньо-професійна	Мова викладання	Українська
Факультет	Факультет економіки та менеджменту (ФЕМ)	Кафедра	Каф. промислового маркетингу (МК)

Викладач/викладачі

Бурліцька Оксана Петрівна, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри промислового маркетингу, [профіль на порталі "Науковці ТНТУ"](#)

Загальна інформація про дисципліну

Мета курсу	Формування у студентів знань і навичок щодо розробки та реалізації маркетингової цінової політики, висвітлення питань ціноутворення на нові і традиційні товари та послуги, які виробляють та надають підприємства.
Формат курсу	Змішаний – курс, що передбачає проведення лекцій, практичних робіт та консультації для кращого розуміння викладеного матеріалу і має супровід в електронному навчальному курсі системи A-Tutor, має структуру, контент, завдання і систему оцінювання.
Компетентності ОП	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
Програмні результати навчання з ОП	Визначити ціну на товари фірми, виходячи з цілей фірми і аналізу стану ринку. Пристосовувати ціну у відповідності до змін у витратах, попиті і конкуренції застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
Обсяг курсу	Очна (денна) форма здобуття освіти: Кількість кредитів ECTS — 3.0; лекції — 16 год.; практичні заняття — 32 год.; самостійна робота — 42 год.; Заочна форма здобуття освіти: Кількість кредитів ECTS — 3.0; лекції — 8 год.; практичні заняття — 2 год.; самостійна робота — 80 год.;
Ознаки курсу	Рік навчання — 3; семестр — 5; Вибіркова дисципліна; кількість модулів — 2;
Форма контролю	Поточний контроль: Опитування, представлення презентацій, дискусії, ситуаційні завдання, розв'язування задач, розв'язування тестів. Підсумковий контроль: залік

Компетентності та дисципліни, що є передумовою для вивчення

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Маркетингове ціноутворення» значно підвищиться, якщо студент попередньо опанував матеріалом таких дисциплін як: «Економічна теорія», «Макро- та мікроекономіка», «Бухгалтерський облік та звітність в управлінні підприємством», «Маркетинг».

Матеріально-технічне та/або інформаційне забезпечення

Технічні засоби для демонстрування результатів навчання (ноутбук, проектор). Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

СТРУКТУРА КУРСУ

Лекційний курс	Годин	
	<u>ОФЗО</u>	<u>ЗФЗО</u>
<p>Лекція 1. Тема: Формування цінової політики</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Концепції ціноутворення. Формування ціни рівноваги. 2. Сутність концепції «магічного трикутника». 3. Механізм ціноутворення та його основні складові. 4. Багатоваріантність підходів до трактування поняття «цінова політика». 5. Принципи, види ціноутворення та функції ціни. 	2	1
<p>Лекція 2. Система цін та їх класифікація</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття системи цін. Класифікація системи цін. Ознаки класифікації. 2. Класифікація цін за ступенем обліку в них витрат і прибутку. 3. Класифікація цін за ступенем свободи від впливу держави. 4. Класифікація цін в контрактах купівлі-продажу. 5. Класифікація цін в залежності від регіону реалізації та часом їх дії. 6. Класифікація цін в залежності від обліку в них транспортних витрат. 7. Світові ціни та специфіка їх формування. 	2	1
<p>Лекція 3. Фактори маркетингового ціноутворення</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Алгоритм встановлення кінцевої ціни підприємства. 2. Чинники впливу на процес маркетингового ціноутворення. 3. Вплив попиту і пропозиції на формування ринкових цін. Цінова еластичність. 4. Вплив на формування ціни конкурентної структури ринку. 5. Вплив витрат та інших ціноутворюючих факторів на формування ціни. 6. Вплив держави на процес ціноутворення. 	2	1
<p>Лекція 4. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Чинники, що впливають на вибір методів ціноутворення. 2. Витратний метод ціноутворення. 3. Допоміжні та перехідні методи ціноутворення. 4. Ринкові методи ціноутворення та фактори, що їх визначають. 	2	1
<p>Лекція 5. Маркетингові стратегії ціноутворення</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність поняття «стратегія підприємства». 		

Тема 7. Помилки і ризики у встановленні цін	4	0,2
Тема 8. Правове регулювання ціноутворення в Україні	4	0,2
РАЗОМ:	32	2

ІНШІ ВИДИ РОБІТ

Теми, короткий зміст

Впродовж семестру:
 Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.
 Опрацювання окремих розділів програми, які не виносяться на лекції.
 Підготовка презентації.
 Підготовка до проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, заліку).
 Необхідний обсяг виконання завдання складає 50% на перший модульний контроль і 100% на другий модульний контроль.

Інформаційні джерела для вивчення курсу

Основна

1. Василькова Н. В. Маркетингове ціноутворення: практикум: навч. посіб. / Н. В. Василькова, С. І. Дугіна; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». – К. : КНЕУ, 2018. – 133 с.
2. Дугіна С. І. Маркетингове ціноутворення: навч. посіб. / С. І. Дугіна, Н. В. Василькова; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». – К. : КНЕУ, 2018. – 547 с.
3. Карпенко Ю., Березін О. Управління ціноутворенням: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2015. – 176 с.
4. Корінев В. Л., Корецький М. Х., Дацій О. І. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. - Київ: ДУТ, 2019. - 200 с.
5. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. – 129 с.
6. Окландер М. А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. - Київ: Центр навчальної літератури, 2017. - 240 с.
7. Літвінов Ю.І. Ціноутворення в умовах ринку: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. - 400 с.
8. Лисак О.І., Андреева Л.О., Завадських Г.М. Ціноутворення: курс лекцій. – Мелітополь: 2020. – 193 с.
9. Останкова Л., Літвінов Ю., Літвінова Т., Підгорна О. Ціноутворення в умовах ринку: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. - 400с.
10. Пінішко В. С. Ціно- і тарифотворення: навч. посіб. Львів: Видавництво «Магнолія 2006», 2019. -292 с.

Допоміжна

1. Аналіз та прогнозування ринкової кон'юнктури: навч. посіб. / Горбаченко С. А., Карпов В. А., Шевченко-Перепьолкіна Р. І. – К.: Видавничий дім «Кондор», 2019. – 320 с.
2. 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.
3. Касян С. Я. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетингове ціноутворення», Дніпро: НТУ «Дніпровська Політехніка», 2020. – 112 с.
4. Малініна Н. М. Причепа І. В., Кавецький В. В. Ціни і ціноутворення: практикум. Вінниця: ВНТУ, 2015. - 63 с.
5. Мельник Л. Г. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл./ Л. Г. Мельник, О. І. Карінцева, Л. В. Старченко. – Суми: Унів. кн., 2017. – 240 с.
6. Лінтур М. В., Рега М. Г. Сутність та роль маркетингової цінової політики на підприємствах в умовах кризи. Економіка та управління підприємствами. 2016. Вип. 3 (03). – С. 118-122.
7. Маркетингове ціноутворення: конспект лекцій з дисципліни «Маркетингове ціноутворення» для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» всіх форм навчання / уклад. Т. В. Горохова. – Маріуполь: ПДТУ, 2019. – 126 с.
8. Стратегічний маркетинг : навчальний посібник / за ред. Ларіної Я.С. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2019. 364 с.
9. Чукурна О.П. Концепція маркетингового ціноутворення в глобальній економіці: монографія. - Одеса: Астропринт, 2016. - 336 с.

Навчально-методичне забезпечення

1. Завдання для самостійної роботи і методичні вказівки щодо їх виконання із дисципліни «Маркетингове ціноутворення» для студентів факультету економіки та менеджменту галузі знань 07 «Управління та адміністрування», рівень вищої освіти перший (бакалаврський),

спеціальності 051 «Економіка» усіх форм навчання/ Укл.: О. П. Бурліцька. – Тернопіль: ТНТУ, 2023. – 25 с.

2. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетингове ціноутворення» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти усіх форм навчання за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 051 «Економіка» / О. П. Бурліцька – Тернопіль: ТНТУ, 2023. – 94 с.

3. Методичні вказівки із дисципліни «Маркетингове ціноутворення»: плани практичних занять та навчальні завдання для студентів факультету економіки та менеджменту галузі знань 07 «Управління та адміністрування», рівень вищої освіти перший (бакалаврський), спеціальності 051 «Економіка» для усіх форм навчання / Укл.: О. П. Бурліцька. – Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2023. – 27 с.

4. Сторінка курсу в A-Tutor, ID:929. URL: <https://dl.tntu.edu.ua/index.php>.

Політики курсу

Політика контролю	Використовуються такі засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання: поточне опитування; тестування; виконання індивідуальних завдань та презентацій; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; залік. Можливий ректорський контроль.
Політика щодо консультування	Консультації при вивченні дисципліни проводяться згідно затвердженого на кафедрі . Консультування передбачено як очно ,так і з використанням ресурсів електронного навчального курсу у середовищі електронного навчання університету.
Політика щодо перескладання	Студент має право на повторне складання модульного контролю з метою підвищення рейтингу протягом тижня після складання модульного контролю за графіком. Перескладання екзамену відбувається в терміни, визначені графіком освітнього процесу. Здобувач ВО має право на зарахування результатів навчання здобутих у неформальній чи інформальній освіті.
Політика щодо академічної доброчесності	При складанні усіх видів контролю у середовищі електронного навчання завжди активується система розпізнавання особи, що складає контроль. Усі практичні роботи у ЕНК перевіряються вбудованою системою Антиплагіат. При складанні усіх форм контролю забороняється списування, у тому числі з використанням сучасних інформаційних технологій.
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим компонентом освітнього процесу. За наявності поважних причин (наприклад, хвороба, особливі потреби, відрядження, сімейні обставини, участь у програмах академічної мобільності тощо) навчання може здійснюватися за індивідуальним графіком, погодженим з деканом факультету.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

Розподіл балів, які отримують студенти за курс

Модуль 1			Модуль 2			Підсумковий контроль	Разом з дисципліни
Аудиторна та самостійна робота			Аудиторна та самостійна робота			Одна третя від суми балів, набраних здобувачем впродовж семестру	100
Теоретичний курс (тестування)	Практична робота		Теоретичний курс (тестування)	Практична робота			
20	20		20	15			
№ лекції	Види робіт	К-ть балів	№ лекції	Види робіт	К-ть балів		
Тема 1	Практичне заняття №1	5	Тема 5	Практичне заняття №5	5		
Тема 2	Практичне заняття №2	5	Тема 6	Практичне заняття №6	5		
Тема 3	Практичне заняття №3	5	Тема 7	Практичне заняття №7	3		
Тема 4	Практичне заняття №4	5	Тема 8	Практичне заняття №8	2		

Розподіл оцінок

Сума балів за навчальну діяльність	Шкала ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Добре
75-81	C	Добре
67-74	D	Задовільно
60-66	E	Задовільно
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
1-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Затверджено рішенням кафедри МК, протокол №1 від «31» серпня 2023 року.

ПОГОДЖЕНО

Гарант освітньої програми канд. екон. наук, доцент кафедри БЕ

Олена БЕРЕСТЕЦЬКА