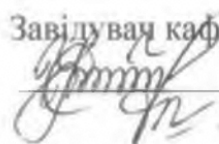


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Економічний факультет
Кафедра економіки підприємства

Затверджено
на засіданні кафедри економіки
підприємства економічного факультету
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол № 1 від 1 вересня 2023 р.)

Завідувач кафедри



проф. Світлана УРБА

СИЛАБУС з навчальної дисципліни
«ЦІНИ ТА ЦІНОУТВОРЕННЯ»,
що викладається в межах ОПП першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти для здобувачів
за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Назва курсу	Ціни та ціноутворення
Адреса викладання курсу	79000, Україна, м. Львів, пр. Свободи, 18, економічний факультет Львівського національного університету імені Івана Франка
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Економічний факультет кафедра економіки підприємства
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	07 «Управління та адміністрування»; 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Викладачі курсу	ЗАЛОГА Зіновія Михайлівна, кандидат економічних наук, старший науковий співробітник, доцент кафедри економіки підприємства
Контактна інформація викладачів	zinoviya.zaloha@lnu.edu.ua ; https://econom.lnu.edu.ua/en/employee/zaloha-zinoviia-mykhailivna тел. (032) 239 40 25
Консультації по курсу відбуваються	Консультації в день проведення лекцій/практичних занять (або на онлайн платформі – MS Teams, Zoom) за попередньою домовленістю з викладачем. Кафедра економіки підприємства, кім. 117, пр. Свободи, 18, м. Львів.
Сторінка курсу	https://econom.lnu.edu.ua/course/tsiny-ta-tsinoutvorennya-076
Інформація про курс	Дисципліна «Ціни та ціноутворення» є нормативною дисципліною з спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» для освітньої програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», яка викладається у 8 семестрі в обсязі 4 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Коротка анотація курсу	У навчальному курсі розглянуто теоретичні і практичні аспекти сфери ціноутворення, систему зовнішніх і внутрішніх факторів, які впливають на формування цін, основні методи розрахунку цін. Розкрито суть основних цінових стратегій, особливості диверсифікації цін та вплив психології споживачів на рівень та динаміку цін.
Мета та цілі дисципліни	Метою навчальної дисципліни “Ціни і ціноутворення” є набуття студентами знань з основ ціноутворення для обґрунтування і прийняття цінових рішень у підприємницькій діяльності, вивчення принципів, методів і підходів до визначення цін, вміння використовувати ці знання при вирішенні практичних питань формування цін на фірмі. Завдання вивчення дисципліни полягають у наступному: <ul style="list-style-type: none"> ➤ забезпечення теоретичних знань методології і методики обґрунтування системи ціноутворення на фірмі; ➤ вивчення особливостей вітчизняного та зарубіжного досвіду вибору та реалізації цінової стратегії; ➤ формування системи практичних і теоретичних знань у сфері моделювання цін та застосування їх для впровадження найбільш раціональних методів і політики ціноутворення підприємства із врахуванням реальної кон’юнктури ринку та забезпечення максимальної економічної рентабельності; ➤ набуття навиків самостійного, творчого використання теоретичних знань у практичній діяльності.
Література для вивчення дисципліни	Базова література 1. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: Навч. Посібник. - Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. І. Туган-Барановського. 2003.

2. Длігач А. О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика. Навчальний посібник. - К.: ВД «Професіонал», 2006. 304 с.
3. Колесников О. В. Ціноутворення. Навчал. посібник. Видання 4-е. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 156 с.
4. Корінев В. П., Корецький М. Х., Дацій О. І. Маркетингова цінова політика. Навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2020. 200 с.
5. Круш П. В. Ціноутворення: підручник / П. В. Круш, О. І. Андрусь: відп. Редактор В. М. Марченко. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського: Політехніка, 2019. 291 с.
6. Литвиненко Я. В. Маркетингова цінова політика: Навч. посіб. – К.: ДП «Видавничий дім «Персонал», 2008. 243 с.
7. Літвінов Ю. І., Літвінова Т. Ціноутворення в умовах ринку. Навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 400 с.
8. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення: навч. посібник / О. Є. Мазур. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. 479 с.
9. Михасюк І., Мельник А., Крупка М., Залого З. Державне регулювання економіки / За ред. д-ра екон. наук, проф. акад. АН Вищої школи України І. Р. Михасюка. - ЛНУ імені Івана Франка. Підручник. Друге вид-ня. (перероблене і доповнене). К.: Атіка, Ельга-Н, 2002. 592 с.
10. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика. Підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2020. 284 с.

Додаткова література

1. Білявцев М. І., Петренко І. В., Прозорова І. В. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник. - К.: «Центр навчальної літератури», 2005. 332 с.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг. Підручник / С. С. Гаркавенко. - 4-те вид. доп. - К.: Лібра, 2006. 720 с.
3. Жегус О. В. Теорія і практика ціноутворення в системі маркетингу: монографія / Харків: ХДУХТ, 2013. 249 с.
4. Литвиненко Я. В. Сучасна політика ціноутворення. Навчальний посібник. 2-ге вид-ня. К.: МАУП, 2003. 240 с.
5. Мельник Л. Г., Корінцева О. У., Старченко Л. В. Маркетингова цінова політика. Навч. посібник. К.: Вид-тво «Університетська книга», 2007. 246 с.
6. Окландер М. А. Маркетингова цінова політика: навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. / М. А. Окландер, О. П. Чукурна. К.: Центр навчальної літератури, 2012. 238 с.
7. Тормоса Ю. Г. Ціни та цінова політика: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2001. 122 с.
8. Цал-Цалко Ю. С. Витрати підприємства: Навч. посібник. - Київ: Центр навчальної літератури, 2002. 656 с.
9. Michael E. Porter. On competition. Updated and expanded edition. Harvard Business School Publishing. 2009. 592 p.

Інформаційні ресурси

1. URL: <https://www.rada.gov.ua> – Верховна рада України
2. URL: <http://www.library.lviv.ua> – Львівська національна наукова бібліотека України ім. В. Стефаника

	<p>3. URL: https://www.ukrstat.gov.ua – Державна служба статистики України</p> <p>4. URL: https://www.kmu.gov.ua – Кабінет Міністрів України</p>
Тривалість курсу	Один семестр
Обсяг курсу	<p>120 годин.</p> <p>Для денної форми навчання: 70 годин аудиторних занять: з них 42 години лекцій, 28 годин практичних занять. Самостійна робота – 50 годин.</p> <p>Для заочної форми навчання: 24 години аудиторних занять: з них 18 годин лекційних, 6 годин практичних. Самостійна робота – 96 годин.</p>
Очікувані результати навчання	<p>У результаті вивчення дисципліни «Ціни та ціноутворення» у студентів мають бути сформовані такі компетентності:</p> <p>загальні:</p> <ul style="list-style-type: none"> - здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; - здатність застосовувати отримані знання у практичних ситуаціях; - здатність виявляти ініціативу та підприємливість; <p>спеціальні:</p> <ul style="list-style-type: none"> - критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності; - здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур; - здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур; - здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків. <p>Студент повинен:</p> <p>Знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> - економічну суть та структуру ціни; - види цін; - групи вихідних даних для визначення ціни та основні етапи процесу ціноутворення; - суть і характеристику етапів розробки цінової стратегії; - основні види цінових стратегій; - структуру витрат виробництва і формування собівартості продукції; - суть методів ціноутворення; - види диверсифікації цін; - процес встановлення фірмою цін на товари: оцінка ризиків і можливостей; - суть впливу зміни ціни на величину прибутку підприємства; - форми і методи впливу держави на ціни; - законодавчу базу формування цін в Україні; - суть непрямих податків, які включаються в ціну; - особливості ціноутворення в Україні на сучасному етапі. <p>Вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналізувати зовнішнє і внутрішнє середовище для обґрунтування цінових рішень; - оцінювати процес прийняття цінових рішень; - аналізувати структуру витрат виробництва; - розраховувати ціну за методом «середні витрати плюс прибуток»;

	<ul style="list-style-type: none"> - формувати ціну на основі аналізу беззбитковості і забезпечення цільового прибутку; - визначати ціну на додатковий обсяг продукції; - оцінювати вплив політики цін на діяльність фірми; - включати непрямі податки в структуру ціни: податок на додану вартість і акцизний збір; - розраховувати ціни із використанням параметричних методів; - визначати ціни на основі конкурентних методів ціноутворення; - оцінювати ризики та можливості при встановленні фірмою цін на товари; - аналізувати вплив зміни ціни на величину прибутку фірми; - розраховувати оптові та роздрібні ціни; - обґрунтовувати ціни зовнішньоторговельних контрактів; - аналізувати співвідношення цін та валютного курсу; - аналізувати основні етапи та процес формування цінової стратегії підприємства.
Ключові слова	Ціна, методи ціноутворення, види цін, конкуренція, стратегія ціноутворення, цінова політика, диверсифікація цін, психологія споживачів, цінові реакції.
Формат курсу	Очний/заочний Проведення лекцій, практичних занять та консультації для кращого розуміння тем навчальної дисципліни.
Теми	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ціна як інструмент прийняття підприємницьких рішень. 2. Політика формування цін та її цілі. 3. Структура витрат виробництва. Формування собівартості. Собівартість у складі ціни. 4. Система методів ціноутворення. 5. Диверсифікований підхід до цінової стратегії. 6. Оперативна цінова політика фірми. 7. Процес встановлення фірмою цін на товари: оцінка ризиків та можливостей. 8. Вплив зміни ціни на величину прибутку фірми. 9. Державне регулювання ринку та цін. 10. Ціни та цінова стратегія в аграрній сфері. 11. Особливості формування цін в Україні на сучасному етапі. 12. Цінова стратегія на зовнішньому ринку.
Підсумковий контроль, форма	Іспит у кінці семестру. При викладанні дисципліни «Ціни та ціноутворення» використовуються такі методи контролю: Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять й змістових модулів і має за мету перевірку рівня підготовки студента до виконання конкретної роботи. Його інструментами є контрольні роботи і тестування.
Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з таких дисциплін як економіка фірми, маркетинг, основи підприємництва, стратегія бізнесу.

<p>Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватись під час викладання курсу</p>	<p>Основними методами навчання, що використовуються в процесі викладання навчальної дисципліни «Ціни та ціноутворення» є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - метод передачі і сприйняття навчальної інформації, пробудження наукового інтересу (розповідь, пояснення, бесіда, лекція, ілюстрація, демонстрація, спостереження); - метод практичного засвоєння курсу з допомогою складання тестових завдань, вирішення задач та ситуацій з метою набування умінь і практичних навиків (практична робота, вправи); - метод модульного контролю з допомогою періодичного складання модулів за тематикою лекційних та практичних занять; - метод самостійного засвоєння студентами навчального матеріалу у вигляді складання тестів, вирішення задач, написання наукових робіт на підставі самостійно опрацьованої базової літератури та додаткових джерел інформації (в т.ч. законодавчих актів) з метою конкретизації й поглиблення базових знань, необхідних умінь та практичних навиків (самостійна робота); - електронні матеріали з відповідного курсу та інших пов'язаних курсів у системах (платформах) Microsoft Teams, Google Class Room, Moodle. <p>Під час навчання застосовуватимуться презентація, лекції, комплексні модулі та завдання, електронні матеріали з відповідного курсу, колаборативне навчання (групові проєкти, спільні розробки), дискусія, підготовка кваліфікаційної роботи, написання наукових праць та розробок.</p>
<p>Необхідне обладнання</p>	<p>Вивчення курсу «Ціни та ціноутворення» потребує використання комп'ютера, загально вживаних програм і операційних систем з метою подання електронних матеріалів (електронна пошта, платформи Microsoft Teams, Zoom, Google Class Room), мультимедійного проектора, дошки, крейди.</p>
<p>Критерії оцінювання</p>	<p>Для визначення рівня засвоєння студентами навчального матеріалу використовуються такі методи оцінювання знань:</p> <ul style="list-style-type: none"> • поточне тестування після вивчення кожного змістового модуля з врахуванням самостійної роботи та практичних занять; • оцінка за самостійну роботу над вивченням теоретичного матеріалу; • оцінка за індивідуальне завдання; • підсумковий тестовий контроль (іспит). <p>Для діагностики знань використовується 100-бальна шкала.</p> <p>Поточний контроль знань студентів проводиться за тестовими програмами, складеними для трьох змістових модулів (теоретичних питань, тестів і практичних завдань).</p> <p>Контроль самостійної роботи проводиться: шляхом перевірки теоретичного матеріалу з дисципліни та розв'язування практичних завдань.</p> <p>Контроль виконання індивідуального завдання включає написання наукового реферату та його захист. Виконання та захист завдання оцінюється у 10 балів.</p> <p>Підсумковий контроль знань відбувається під час іспиту у вигляді комплексних контрольних робіт (ККР), які включають два теоретичні питання, тестові завдання та задачі.</p> <p>Усі форми контролю включено до 100-бальної шкали оцінювання знань.</p>

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування												Поточне опитування	Захист наукового реферату	Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2				Змістовий модуль 3							
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12				
2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	10	10	50	100

Змістовий модуль 1. Аналіз процесу ціноутворення на підприємстві: фактори, методи, стратегії

Змістовий модуль 2. Диверсифікація цін та цінова тактика

Змістовий модуль 3. Державне регулювання та особливості формування цін в Україні

Максимальна кількість балів при оцінюванні знань студентів з дисципліни «Ціни та ціноутворення», яка завершується іспитом, становить за поточну успішність 50 балів, на іспиті – 50 балів.

Письмові роботи: Студенти виконують індивідуальне письмове завдання.

Академічна доброчесність: Роботи студентів мають бути їхніми оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикавання джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.

Відвідування занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.

Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.

Політика виставлення балів. Враховуються бали набрані на поточному тестуванні, самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнень на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

При оформленні документів за екзаменаційну сесію використовується таблиця відповідності оцінювання знань студентів за різними системами.

	Шкала оцінювання: національна та ЄКТС			
	<i>Сума балів за всі види навчальної діяльності</i>	<i>Оцінка ЄКТС</i>	<i>За національною шкалою</i>	
			<i>для екзамену, курсового проекту (роботи), практики</i>	<i>для заліку</i>
	90 - 100	A	<i>відмінно</i>	<i>зараховано</i>
	81 - 89	B	<i>добре</i>	
	71 - 80	C		
	61 - 70	D	<i>задовільно</i>	
	51 - 60	E		
	0 - 50	FX	<i>незадовільно з можливістю повторного складання</i>	<i>не зараховано з можливістю повторного складання</i>
Питання на іспит	<p>Перелік питань для проведення підсумкової оцінки знань:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Економічна суть категорії «ціна». Структура ціни. 2. Поняття функції ціни. Облікова і розподільна функції. 3. Стимулююча і орієнтуюча функції ціни. 4. Види цін: базова і біржова ціна. 5. Структура оптової і роздрібною ціни. 6. Види цін: світова та демпінгова ціна. 7. Характеристика картельної і кліринговою ціни. 8. Основні види цінових знижок. 9. Експортні ціни: FOB, CFR, CIF. 10. Ціна в комплексі комерційних засобів маркетингу. 11. Основні етапи розробки цінової стратегії. 12. Вплив політика цін на діяльність фірми. 13. Цінова стратегія проникнення на ринок або завоювання частини ринку. 14. Цінова стратегія «зняття вершків». 15. Ціни та репутація фірми. 16. Цінова стратегія середніх або «нейтральних» цін. 17. Категорії середніх витрат. Граничні витрати. 18. Економічні витрати. Зовнішні та внутрішні витрати. 19. Категорії витрат: постійні, змінні і загальні витрати. 20. Трансакційні витрати. 21. Прямі та непрямі витрати. 22. Склад витрат виробництва і формування собівартості на підприємствах України. Положення бухгалтерського обліку 16 «Витрати». 23. Основні вихідні дані для формування ціни. Шість етапів процесу встановлення ціни. 24. Витратні методи ціноутворення. Розрахунок ціни за методом «середні витрати плюс прибуток». 25. Розрахунок ціни на основі аналізу безбитковості і забезпечення цільового прибутку. 26. Аналіз зниження ціни та зміни рівня безбитковості продажу продукції. 27. Ціноутворення на додатковий обсяг продукції для нових ринків. 			

	<p>28. Конкурентні методи ціноутворення. Метод встановлення ціни на основі відчуваної цінності товару.</p> <p>29. Метод формування ціни «лідерство в цінах».</p> <p>30. Метод визначення престижних цін.</p> <p>31. Загальна характеристика параметричних методів ціноутворення.</p> <p>32. Метод визначення тендерної ціни.</p> <p>33. Рішення про встановлення цін та державна політика.</p> <p>34. Умови цінової диверсифікації цін.</p> <p>35. Диверсифікація цін залежно від обсягу споживання.</p> <p>36. Принципи ціноутворення при ринковій владі. Захоплення споживчого надлишку.</p> <p>37. Диверсифікація цін за доходами покупців.</p> <p>38. Диверсифікація цін за категоріями товарів (сегментами) ринку.</p> <p>39. Цілі та завдання державного регулювання цін. Контроль за дотриманням порядку використання регульованих цін.</p> <p>40. Форми і методи впливу держави на ціни. Пряме та непряме державне регулювання процесу ціноутворення.</p> <p>41. Державне регулювання цін у країнах з розвинутою ринковою економікою.</p> <p>42. Фактори оперативних змін ціни.</p> <p>43. Пристосування цін до кон'юнктурних коливань. Межі цінових змін залежно від динаміки збуту.</p> <p>44. Оперативні зміни цін через систему знижок.</p> <p>45. Причини підвищення цін. Вплив завищених цін на величину продажу і прибутку фірми.</p> <p>46. Лідерство і слідування за лідером в питаннях цінової політики.</p> <p>47. Вплив занижених цін на обсяг продажу. Занижені ціни і зміна прибутку фірми.</p> <p>48. Особливості аграрного сектору та їх вплив на формування системи аграрних цін.</p> <p>49. Маркетинговий аналіз цін товарних бірж.</p> <p>50. Формування цін в аграрній сфері України.</p> <p>51. Проблеми паритету цін на промислову та сільськогосподарську продукцію.</p> <p>52. Законодавча база формування цін в Україні. Закон України «Про ціни і ціноутворення».</p> <p>53. Основні шляхи удосконалення механізму ціноутворення в Україні.</p> <p>54. Непрямі податки, що включаються в ціну: податок на додану вартість та акцизний збір.</p> <p>55. Формування роздрібних цін. Встановлення торговельних націнок.</p> <p>56. Сучасна цінова стратегія фірм на зовнішньому ринку.</p> <p>57. Ціни зовнішньоторговельних контрактів і методики їх розрахунків.</p> <p>58. Методика розрахунку цін на імпортовану продукцію.</p> <p>59. Ціни та валютний курс.</p> <p>60. Роль держави у регулюванні зовнішньоекономічної діяльності.</p>
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню дисципліни «Ціни та ціноутворення».