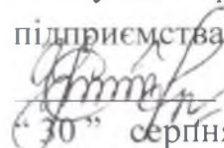


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Кафедра економіки підприємства

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри економіки
підприємства

 проф. Світлана УРБА
"30" серпня 2022 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Ціни та ціноутворення

(шифр і назва навчальної дисципліни)

освітній рівень перший «бакалаврський» рівень

галузь знань 07 "Управління та адміністрування"

(шифр і назва галузі знань)

спеціальність 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність"

(шифр і назва напрямку підготовки)

освітня програма Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

факультет Економічний

(назва факультету)

2022 – 2023 навчальний рік

Робоча програма навчальної дисципліни «Ціни та ціноутворення» для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Розробник: **Залога Зіновія Михайлівна**, доцент кафедри економіки підприємства, кандидат економічних наук, старший науковий співробітник

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки підприємства
Протокол від “30” серпня 2022 р. № 1

© Залога З. М., 2022 р.

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань <u>07 «Управління та адміністрування».</u> (шифр, назва)	Нормативна (за вибором студента) нормативна	
Модулів – 3	Спеціальність <u>076</u> <u>«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»</u> (шифр, назва)	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 3	Освітня програма <i>«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»</i>	4-й	
		<i>Семестр</i>	
Загальна кількість годин - 120		8-й	
		<i>Лекції</i>	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 5 самостійної роботи студента – 3,6	Освітній рівень: перший (бакалаврський)	42 год.	
		<i>Практичні, семінарські</i>	
		28 год.	
		<i>Самостійна робота</i>	
		50 год.	
		ІНДЗ:	
		Вид контролю: <i>іспит</i>	

2. Мета та завдання навчальної 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:

- 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.

У результаті вивчення дисципліни «Ціни та ціноутворення» у студентів мають бути сформовані такі компетентності:

загальні:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність застосовувати отримані знання у практичних ситуаціях;
- здатність виявляти ініціативу та підприємливість;

спеціальні:

- 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.

Студент повинен:

Знати:

- 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.

Вміти:

- 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»;

- 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.

Викладання дисципліни «Ціни та ціноутворення» повинно забезпечити такі програмні результати навчання:

- використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях;
- застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності;
- демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці;
- володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення і функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур;

- знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур з урахуванням ризиків.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1

Аналіз процесу ціноутворення на підприємстві: фактори, методи, стратегії

Тема 1. Ціна як інструмент прийняття підприємницьких рішень

Економічна суть категорії „ціна”. Структура ціни.

Визначення поняття функції ціни. Основні функції ціни.

Облікова функція ціни.

Розподільна (перерозподільна) функція. Зв'язок цін і грошей у процесі розподілу. Скритий перерозподіл через ціни.

Стимулююча функція ціни.

Орієнтуюча функція

Урівноважуюча функція.

Принципи диференціації цін. Види цін: ціна базисна; ціна виробництва; ціна довідкова; ціна демпінгова; ціна з подальшою фіксацією; ціна закупівлі і продажу товарів; ціна „заспокоююча”; ціна картельна; ціна монопольна; ціна нетто; цін номінальна; ціна оптова; ціна паритетна; ціна питома; ринкова ціна; ціна роздрібна; ціна світова; ціна сезонна; ціна споживання; ціна трансфертна; ціни лімітні; ціни порівнянні; цінові знижки; пільгові ціни; гнучкі ціни.

Тема 2. Політика формування цін та її цілі

Ціна в комплексі комерційних засобів. Маркетинг і основні сфери діяльності фірми. Цінова політика фірми на затрати і свобода дії на ринку.

Вплив політики цін на діяльність фірми встановлення цін шляхом знаходження рівноваги між затратами фірми та інтересами покупців. Довгострокові цілі політики цін.

Основні етапи розробки цінової стратегії: збір вихідної інформації; стратегічний аналіз; формування стратегії.

Стратегія ціноутворення. Основні групи цінових стратегій: завоювання частини ринку або проникнення на ринок: „зняття вершків”: швидке отримання виручки від продажу товарів.

Ціни і репутація фірми. Основні фактори формування репутації фірми.

Тема 3. Структура витрат виробництва. Формування собівартості.

Собівартість у складі ціни.

Економічні витрати. Зовнішні і внутрішні витрати. Нормальний прибуток як елемент внутрішніх витрат. Бухгалтерський прибуток. Економічний або чистий прибуток.

Короткостроковий і довгостроковий періоди формування витрат.

Постійні, змінні і загальні витрати.

Середні витрати: середні постійні, середні змінні і середні загальні витрати. Граничні витрати.

Поділ витрат виробництва на три основні групи: витрати сировини і матеріалів; витрати робочої сили; накладні витрати. Прямі і непрямі витрати.

Трансакційні витрати.

Поняття собівартості. Виробнича собівартість. Собівартість реалізованої продукції або комерційна собівартість.

Склад витрат виробництва і формування собівартості продукції на підприємствах і в організаціях України. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 „Витрати”. Порядок формування собівартості готової продукції.

Тема 4. Система методів ціноутворення.

Основні вихідні дані для формування ціни.

Шість етапів процесу встановлення ціни.

Затратні методи ціноутворення. Метод прямого віднесення затрат на вироблений товар.

Розрахунок ціни за методом „середні затрати плюс прибуток”: формування націнок і знижок з ціни. Розрахунок ціни на основі аналізу безбитковості і забезпечення цільового прибутку. Аналіз зміни рівня безбитковості при зниженні ціни. Ціноутворення на додатковий обсяг продукції.

Конкурентні методи ціноутворення. Метод встановлення ціни на основі відчуваної цінності товару. Метод розрахунку ціни на основі рівня поточних цін. Лідерство в цінах.

Параметричні методи ціноутворення.

Економетричні методи формування цін.

Встановлення кінцевої ціни: психологія ціносприйняття; політика цін фірми; вплив ціни фірми на інших учасників ринкової діяльності.

Рішення про становлення цін і суспільно-державна політика.

Змістовий модуль 2

Диверсифікація цін до цінової стратегії

Тема 5. Диверсифікований підхід до цінової стратегії.

Модифікація цін за географічним принципом.

Умови цінової диверсифікації (дискримінації).

Принципи ціноутворення при ринковій владі.

Диверсифікація цін: диверсифікація цін за доходами покупця; диверсифікація цін в залежності від обсягу споживання; диверсифікація цін за категоріями товарів.

Тема 6. Оперативна цінова політика фірми.

Фактори оперативних цінових змін.

Пристосування цін до кон'юнктурних коливань. Межі цінових змін в залежності від динаміки збуту.

Конкурентні цінові реакції: реакції конкурентів на ініційовану фірмою зміну цін; реакції фірми на зміну цін у конкурентів.

Оперативні зміни цін через систему знижок.

Тема 7. Процес встановлення фірмою цін на товари:

оцінка ризиків та можливостей

Збір і аналіз усіх даних про затрати виробництва. Детальна структура постійних і змінних затрат. Перехід від повних затрат до змінних затрат. Проект калькуляції прибутку, складений на базі даних про змінні і постійні затрати.

Значення маржинального прибутку. Розрахунок маржинального прибутку.

Оцінка технічного рівня товару: вибір правильних параметрів оцінки товару. Розробка моделі оцінки параметрів конкурентних товарів.

Визначення ціни, при якій для покупця не має значення яку модель товару купити. Визначення ціни на основі моделі оцінки впливу ключових факторів на прибуток.

Оцінка ризиків і можливостей: збут; наукові дослідження і розробки; транспортування; розробка прогнозів.

Тема 8. Вплив зміни ціни на величину прибутку фірми.

Причини підвищення цін. Вплив завищених цін на величину продажу і прибутку фірми.

Виникнення необхідності зниження цін: загальні тенденції розвитку попиту; тенденції розвитку попиту на альтернативні товари; тенденції розвитку супутніх товарів; дії конкурентів. Аналіз співвідношень між затратами і прибутками. Рівень ціни і надходження наявних коштів.

Лідерство і слідування за лідером в питаннях цінової політики.

Вплив занижених цін на обсяг продажу. Занижені ціни і зміна прибутку фірми. Відновлення рівня прибутку по товарах із заниженими цінами.

Змістовий модуль 3

Державне регулювання та особливості формування цін в Україні

Тема 9. Державне регулювання ринку та цін.

Цілі та завдання державного регулювання цін. Контроль за дотриманням порядку використання регульованих цін.

Форми і методи впливу держави на ціни. Пряме та непряме державне регулювання процесу ціноутворення.

Державне регулювання цін у країн із розвинутою ринковою економікою. Досвід Австрії, Греції, Іспанії, Норвегії, Франції, Швеції, США та Японії.

Тема 10. Ціни та цінова стратегія в аграрній сфері.

Аналіз стану аграрного ринку України. Особливості аграрного сектору та їх вплив на формування системи аграрних цін.

Проблеми паритету цін на промислову та сільськогосподарську продукцію. Ножиці цін.

Цінові дослідження в АПК.

Досвід державної підтримки аграрних цін в країнах ЄС, США, Канади та Японії. Система цін на сільськогосподарську продукцію.

Маркетинговий аналіз цін товарних бірж.

Формування цін в аграрній сфері України.

Тема 11. Особливості формування цін в Україні на сучасному етапі.

Законодавча база формування цін в Україні. Закон України „Про ціни і ціноутворення”.

Практика проведення реформ у країнах Східної Європи.

Зростання цін та інфляційні процеси в Україні протягом 2010-2021рр.

Лібералізація цін в Україні. Ціни регульовані державою (фіксовані) і вільні ціни.

Основні шляхи удосконалення механізму ціноутворення в Україні
Формування оптових цін.

Непрямі податки, що включаються в ціну: акцизний збір та податок на додану вартість. Ставки ПДВ і акцизного збору при включенні в ціни основних видів товарів. Відрахування в бюджет.

Митна вартість. Розрахунок АЗ і ПДВ на імпорتنі товари.

Формування вільних роздрібних цін. Встановлення торговельних націнок.

Тема 12. Цінова стратегія на зовнішньому ринку.

Сучасна цінова стратегія фірм на зовнішньому ринку.

Ціни зовнішньоторговельних контрактів і методики їх розрахунків.
Розрахунок цін на продукцію, що експортується. Методика розрахунку цін на імпортовану продукцію.

Поправки до цін на експортовану та імпортовану продукцію: на умови продажу; на зниження витрат виробництва і зростання продуктивності праці; на серійність; поправка на комплектацію; поправка на валюту та термін майбутньої угоди; на умови платежу; на додаткові умови контракту; поправка на уторговування; на різницю в техніко-економічних параметрах.

Ціни та валютний курс.

Роль держави у регулюванні зовнішньоекономічної діяльності. Митні тарифи. Визначення митної вартості.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	ср		л	п	лаб	інд	ср
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. Аналіз процесу ціноутворення на підприємстві: фактори, методи, стратегії												
Тема 1. Ціна як інструмент прийняття підприємницьких рішень	10	4	2			4						
Тема 2. Політика формування цін та її цілі	10	4	2			4						
Тема 3. Структура витрат виробництва. Формування собівартості. Собівартість у складі ціни.	12	4	4			4						
Тема 4. Система методів ціноутворення.	14	4	4			6						
Разом – зм. модуль 1	46	16	12			18						
Змістовий модуль 2. Диверсифікація цін та цінова тактика												
Тема 5. Диверсифікований підхід до цінової стратегії.	10	4	2			4						
Тема 6. Оперативна цінова політика підприємства.	10	4	2			4						
Тема 7. Процес встановлення фірмою цін на товари: оцінка ризиків та можливостей	8	2	2			4						
Тема 8. Вплив зміни ціни на величину прибутку фірми.	8	2	2			4						
Разом – зм. модуль 2	36	12	8			16						
Змістовий модуль 3. Державне регулювання та особливості формування цін в Україні												
Тема 9. Державне регулювання ринку та цін.	8	2	2			4						
Тема 10. Ціни та цінова стратегія в аграрній сфері.	10	4	2			4						
Тема 11. Особливості формування цін в Україні на сучасному етапі.	10	4	2			4						
Тема 12. Цінова стратегія на зовнішньому ринку.	10	4	2			4						
Разом – зм. модуль 3	38	14	8			16						
Усього годин	120	42	28			50						

5. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	<i>не передбачено навчальним планом</i>	

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Ціна як інструмент прийняття підприємницьких рішень	2	
2	Політика формування цін та її цілі	2	
3	Структура витрат виробництва. Формування собівартості. Собівартість у складі ціни	4	
4	Система методів ціноутворення	4	
5	Диверсифікований підхід до цінової стратегії	2	
6	Оперативна цінова політика підприємства	2	
7	Процес встановлення фірмою цін на товари	2	
8	Вплив зміни ціни на величину прибутку фірми	2	
9	Державне регулювання ринку та цін	2	
10	Ціни та цінова стратегія в аграрній сфері	2	
11	Особливості формування цін в Україні на сучасному етапі	2	
12	Цінова стратегія на зовнішньому ринку	2	

7. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	<i>не передбачено навчальним планом</i>	

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	2	3	4
1.	Ціна як інструмент прийняття підприємницьких рішень	4	
2.	Політика формування цін та її цілі	4	
3.	Структура витрат виробництва. Формування собівартості. Собівартість у складі ціни	4	

1	2	3	4
4.	Система методів ціноутворення	6	
5.	Диверсифікований підхід до цінової стратегії	4	
6.	Оперативна цінова політика підприємства	4	
7.	Процес встановлення фірмою цін на товари	4	
8.	Вплив зміни ціни на величину прибутку фірми	4	
9.	Державне регулювання ринку та цін	4	
10.	Ціни та цінова стратегія в аграрній сфері	4	
11.	Особливості формування цін в Україні на сучасному етапі	4	
12.	Цінова стратегія на зовнішньому ринку	4	

9. Індивідуальне навчально-дослідне завдання

Індивідуальне навчально-дослідне завдання має форму наукової роботи, яка виконується кожним студентом за вільно обраною темою із запропонованих варіантів.

Варіанти тем наукової роботи

№ з/п	Тема наукової роботи
1	2
1	Ціна як складовий елемент комплексу маркетингу: економічна суть, функції та структура.
2	Структура та особливості формування її складових елементів.
3	Класифікація цін.
4	Види зовнішньоторговельних цін.
5	Трансфертні ціни і методи їх визначення.
6	Вплив попиту та пропозиції на формування ринкових цін.
7	Цілі та фактори цінової політики підприємства.
8	Етапи процесу ціноутворення.
9	Методи ціноутворення.
10	Витратні методи ціноутворення.
11	Конкурентні методи ціноутворення (методи визначення ціни на основі конкуренції).
12	Цінові стратегії підприємства.
13	Цінова політика підприємства.
14	Загальна характеристика витрат та їх класифікація.
15	Акцизний збір як складовий елемент ціни.
16	Економічний зміст мита та його види.
17	Значення цінових знижок у ціновій політиці підприємства.
18	Державне регулювання у сфері ціноутворення.

1	2
19	Система органів та нормативно-правова база ціноутворення.
20	Поняття, види та особливості формування собівартості продукції.
21	Економічна суть, види та механізм формування доходу підприємства.
22	Економічний механізм формування та використання прибутку підприємства.
23	Сутність тарифів, їх види та особливості тарифоутворення.
24	Нові тенденції у ціновій політиці підприємств.
25	Роль цінових рішень у господарській діяльності підприємства.
26	Стратегії вирішення проблем та уникнення помилок при прийнятті цінових рішень.
27	Формування цін в аграрній сфері України та досвід країн ЄС.
28	Форми і методи впливу держави на ціни.
29	Оперативна цінова політика фірми.
30	Лідерство і слідування за лідером у питаннях цінової політики

10. Методи навчання

Основними методами навчання, що використовуються в процесі викладання навчальної дисципліни «*Ціни та ціноутворення*» є:

- 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.

Під час навчання застосовуватимуться презентація, лекції, комплексні модулі та завдання, електронні матеріали з відповідного курсу, колаборативне навчання (групові проекти, спільні розробки), дискусія, підготовка кваліфікаційної роботи, написання наукових праць та розробок.

Результати навчання	Методи навчання і викладання	Методи оцінювання досягнення результатів навчання
використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.	- метод передачі і сприйняття навчальної інформації, пробудження наукового інтересу (розповідь, пояснення, бесіда, лекція, ілюстрація, демонстрація, спостереження);	
застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.	- метод практичного засвоєння курсу з допомогою складання тестових завдань, вирішення задач та ситуацій з метою набування умінь і практичних навиків (практична робота, вправи)	Виконання завдань на практичних заняттях,
демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці.	- метод модульного контролю з допомогою періодичного складання модулів за тематикою лекційних та практичних занять;	виконання завдань самостійної роботи,
володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення і функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.	- 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);	письмове та усне опитування, модульне тестування, захист індивідуального завдання.
знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур з урахуванням ризиків.	- електронні матеріали з відповідного курсу та інших пов'язаних курсів у системах (платформах) Microsoft Teams, Google Class Room, Moodle.	

11. Методи контролю

Для визначення рівня засвоєння студентами навчального матеріалу використовуються такі методи оцінювання знань:

- 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).

Для діагностики знань використовується 100-бальна шкала.

Поточний контроль знань студентів проводиться за тестовими програмами, складеними для двох змістових модулів (теоретичних питань, тестів і практичних завдань).

Контроль самостійної роботи проводиться: шляхом перевірки теоретичного матеріалу з дисципліни та розв'язування практичних завдань.

Контроль виконання індивідуального завдання включає написання наукового реферату та його захист. Виконання та захист завдання оцінюється у 10 балів.

Підсумковий контроль знань відбувається під час іспиту у вигляді комплексних контрольних робіт (ККР), які включають два теоретичні питання, тестові питання та задачі.

Усі форми контролю включено до 100-бальної шкали оцінювання знань.

12. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування												Пото- чне опи- тува- ння	Захист науро- вого рефе- рату	Підсум- ковий тест (екза- мен)	Су- ма
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, фабрикування 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 запізнь 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

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	За національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 - 100	A	<i>відмінно</i>	зараховано
81 - 89	B	<i>добре</i>	
71 - 80	C	<i>задовільно</i>	
61 - 70	D		
51 - 60	E		
0 - 50	FX	<i>незадовільно з можливістю повторного складання</i>	<i>не зараховано з можливістю повторного складання</i>

13. Методичне забезпечення

Методичне забезпечення навчальної дисципліни «Ціни та ціноутворення» включає:

- 1) методичні рекомендації до вивчення дисципліни;
- 2) базовий конспект лекцій;
- 3) робочі навчальні плани та робочу навчальну програму дисципліни;
- 4) інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення дисципліни;
- 5) тестові завдання для проведення проміжного контролю;
- 6) методичні рекомендації до виконання самостійної та індивідуальної роботи;
- 7) законодавчі та методичні матеріали, підручники та навчальні посібники.

14. Рекомендована література

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., Залога 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
3. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> – Державна служба статистики України
4. URL: <https://www.kmu.gov.ua> – Кабінет Міністрів України