

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор



“ 1 ” вересня 2016 р.

Цінова політика в підприємстві

(назва навчальної дисципліни)

ПРОГРАМА

вибіркової навчальної дисципліни

підготовки _____ доктора філософії _____

(назва освітньо-кваліфікаційного рівня)

спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» _____

_____ (шифр і назва напряму підготовки)

Львів
2016 рік


РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО: Львівський національний університет імені Івана Франка, економічний факультет, кафедра економіки підприємства

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства
Залога Зіновія Михайлівна

Обговорено та рекомендовано до впровадження Вченою радою економічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка

Протокол № 1 від 31 «серпня» 2016 року

Голова


Р.В. Михайлишин

ВСТУП

Програма вивчення вибіркової навчальної дисципліни «Цінова політика в підприємстві» складена відповідно до освітньо-наукової програми підготовки доктора філософії з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Предметом вивчення навчальної дисципліни «Цінова політика в підприємстві» є теоретичні основи обґрунтування цін, принципи, методи і підходи до визначення цін та практичні аспекти формування цінової політики у підприємницькій діяльності.

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання дисципліни “**Цінова політика в підприємстві**” є набуття аспірантами знань з основ ціноутворення для обґрунтування і прийняття цінових рішень, дослідження принципів, методів і підходів до визначення цін, вміння використовувати ці знання при вирішенні практичних питань формування цін у підприємницькій діяльності.

Даний курс спрямований на узагальнення зарубіжного та вітчизняного досвіду реалізації цінових рішень, на розвиток практичних знань, необхідних для розробки цінової політики, яка передбачає встановлення рівня цін і формування стратегічної лінії цінової поведінки фірми на ринку.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни полягають у наступному:

- забезпечення теоретичних знань методології і методики ціноутворення та формування цінової політики у підприємницькій діяльності;
- 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 фірми із врахуванням

реальної кон'юнктури ринку і забезпечення максимальної економічної рентабельності;

- набуття навиків самостійного, творчого використання теоретичних знань у практичній діяльності.

Вивчення дисципліни сприятиме формуванню в аспірантів комплексу спеціальних знань та вмінь для обґрунтування і прийняття цінових рішень у підприємницькій діяльності, формування цінової політики, економічного та управлінського мислення у сфері вибору стратегічних напрямів розвитку бізнесу.

1.3. Згідно з вимогами освітньої програми аспіранти повинні:

- **Знати:**

- новітні моделі ринків і цінової політики фірми, які узагальнюють сучасну ринкову практику і пояснюють мотиви поведінки різних ринкових суб'єктів;

- динамічний підхід до процесу ціноутворення з врахуванням зміни фаз розвитку ринку і виробленого продукту, що особливо актуально для українського ринку;

- процес формування ефективної цінової стратегії і методів ціноутворення, які доцільно використовувати в залежності від ринкових умов і цілей, які стоять перед фірмою;

- основні характеристики і умови формування українського ринку з позицій вибору цінової політики;

- процес визначення фірмою своєї оперативної цінової політики, або цінової тактики, з урахуванням постійно мінливої економічної кон'юнктури.

- **Вміти:**

- аналізувати зовнішнє і внутрішнє середовище для обґрунтування цінових рішень; оцінювати процес формування цінової політики і проводити оцінку підприємницьких ризиків; розраховувати ціну, використовуючи сучасні методи ціноутворення; визначати ціну на додатковий обсяг продукції; оцінювати вплив цінової політики на діяльність фірми; 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; обґрунтовувати ціни зовнішньоторговельних контрактів; аналізувати співвідношення цін та валютного курсу; аналізувати основні етапи та процес формування цінової стратегії фірми.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться всього 90 годин, з них 32 год. лекційних і 16 год. практичних; 3 кредити.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1.

Методичні основи формування політики цін: ринкові закономірності, сучасні тенденції та стратегії.

Тема 1. Теоретичні основи обґрунтування цінових рішень у підприємницькій діяльності

Основні закономірності ціноутворення. Взаємозв'язок ціни і попиту. Теоретичні основи визначення ціни в основних типах ринків, у яких функціонує фірма. Ринкові закономірності функції «ціна-збут». Особливості функціональних залежностей у ціноутворенні.

Етапи і організація роботи по визначенні ціни: сфери та інструменти цінової політики фірми; етапи процесу ціноутворення; процес обґрунтування цін на фірмі. Внутрішні і зовнішні ціни.

Врахування теорій споживчої поведінки у ціноутворенні. Цінове відчуття. Сприйняття ціни, формування знань і суджень про ціни. Практичні методи (прямі і непрямі) визначення психологічно прийнятних цін.

Тема 2. Аналіз процесу ціноутворення на підприємстві: фактори, методи, стратегії

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. Обґрунтування ціни на основі моделі оцінки впливу ключових факторів на прибуток.

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

Формування цінової стратегії. Визначення цілей. Види стратегій. Співвідношення «ціна-якість». Оцінка попиту і витрат. Еволюція ринків і динаміка цінових стратегій. Ціноутворення із врахуванням життєвого циклу товарної марки.

Тема 3. Політика формування цін та її цілі

Ціна в комплексі комерційних засобів. Маркетинг і основні сфери діяльності фірми. Цінова політика фірми орієнтована 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.

Змістовий модуль 2

Методи ціноутворення, цінова тактика і міжнародні аспекти цінової політики.

Тема 4. Система сучасних 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 беззбитковості і забезпечення цільового прибутку. Аналіз зміни рівня беззбитковості при зниженні ціни.

Ціноутворення на додатковий обсяг продукції.

Параметричні методи ціноутворення: бальний метод, метод питомих показників.

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

Економетричні методи формування цін.

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

Рішення про встановлення цін і суспільно-державна політика.

Тема 5. Оперативна цінова політика та цінова стратегія підприємства 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; 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.

Тема 6. Державне регулювання та особливості формування цін: вітчизняна та закордонна практика

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 країнах із розвинутою ринковою економікою. Досвід Австрії, Греції, Іспанії, Норвегії, Франції, Швеції, США та Японії.

3. Рекомендована література

Базова

1. Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 21 червня 2012 р. № 5007-VI // <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: Навч. Посібник. – Донецьк: ДонДУЕТ ім.М.І.Туган-Барановського. 2003.
3. Герасименко В.В. Ценообразование: Учеб.пособие. – М.: ИНФРА – М., 2006. -422с.
4. Длігач А.О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика. Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 304с.

5.Литвиненко Я.В. Сучасна політика ціноутворення. Навчальний посібник. – 2-ге вид.- К.:МАУП, 2003. – 240с.

6.Мельник Л.Г., Карінцева О.І., Старченко Л.В. Маркетингова цінова політика: Навч. Посібник. – Суми: Університетська книга, 2007.

7.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. - 592с.

8.Нэгл Т.Т., Холден Р.К. Стратегия и тактика ценообразования. - Санкт-Петербург: Питер, 2001. - 544с.

9. Паршин В.Ф. Ценовая политика предприятия: учеб. пособие / В.Ф. Паршин . – Минск: Высш.шк. 2010 – 336с.

10. Тарасевич В.М. Ценовая политика предприятия: Учебник для вузов. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2010 – 320с.

11. Тормоса Ю. Г. Ціни та цінова політика: Навч. посібник. – К. : КНЕУ, 2001. – 122 с.

12. Цал-Цалко Ю. С. Витрати підприємства: Навч. посібник. – Київ: ЦУЛ, 2002. – 656 с.

13.Цены и ценообразование /Под ред. проф. В.Е.Есипова: Учебник для вузов. 5-е изд. - Санкт-Петербург: Изд-во «Питер», 2008. - 480с.

14.Шмидт Р.А., Райт Х. Финансовые аспекты маркетинга: Учеб. Пособие для вузов / Пер. с англ. - М.: Юнити-Дана, 2000. – 527с.

Додаткова

1.Білявцев М.І., Петренко І.В., Прозорова І.В. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник. – К.: «Центр навчальної літератури», 2005. – 332с.

2. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник / С.С. Гаркавенко. – 4-те вид. доп. – К.: Лібра, 2006. – 720 с.

3. Данченко Л.А. Маркетинговое ценообразование: политика, методы, практика /Л.А.Данченко, А.Г.Иванова. – М.: Эксмо, 2006. – 464с.

4. Долан Р. Дж., Саймон Г. Эффективное ценообразование / Долан Р. Дж., Саймон Г. – М.: Издательство «Экзамен», 2005. – 416с.

5. Липсиц И.В. Ценообразование (Управление ценообразованием в организации): Учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономист, 2004. – 448с.

6. Марн Майкл В. Ценовое преимущество /Майкл В.Марн, Эрик В. Регнер, Крейг К. Завада: Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 317с.

7. Податковий кодекс України: №2755-VI від 02.12.2010 (зі змінами та доповненнями) // [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

8. Полещук И.И., Терезина В.В. Ценообразование: Учебник / Под общ. ред. И.И.Полещук. – Мн.: БГЭУ, 2001. – 303с.

9. Ценообразование: учебник / Под ред. Д-ра экон. наук. проф. В.А. Слепова. – М.: Экономистъ, 2007. – 574с.

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання

Оцінювання знань аспірантів з навчальної дисципліни «**Цінова політика в підприємстві**» здійснюється на основі поточно контролю, оцінювання роботи в групах та виконання індивідуальних завдань. Результати оцінювання оформляються під час заліку.

Об'єктами поточного контролю знань аспірантів з дисципліни «**Цінова політика в підприємстві**» є :

- 1) систематична та активна робота на практичних заняттях;
- 2) виконання завдань для самостійної роботи;
- 3) виконання індивідуальних завдань.

Засобами поточного контролю знань аспірантів є:

- 1) обговорення програмного матеріалу, дискусійних та проблемних питань за темою практичного заняття із врахуванням обсягу виконаної самостійної роботи;
- 2) презентації результатів роботи;
- 3) перевірка та обговорення індивідуальних завдань;
- 4) опитування у процесі індивідуально-консультативних занять тих аспірантів, які мають заборгованість із поважних причин.

У дискусіях на практичних заняттях враховується:

- рівень знань, продемонстрований під час обговорення;
- активність при обговоренні дискусійних та проблемних питань;
- обсяг та рівень засвоєння опрацьованого під час самостійної роботи матеріалу.

матеріалу.

При оцінюванні результатів роботи враховується кількість та практичність запропонованих ідей, їх систематична презентація.

При оцінюванні виконання індивідуального завдання враховується його системність та відповідність сформованим під час відповідної лекції критеріям.

Оцінювання знань аспіранта (-тки) з дисципліни «**Цінова політика в підприємстві**» здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумкова оцінка відповідає такій шкалі успішності:

Оцінка в балах	Оцінка ECTS	Визначення	Оцінювання для заліку	Коментар
90-100	A	Відмінно	Зараховано	Аспірант(-ка) активно працював(-ла) на практичних заняттях, виявив(-ла) всебічні, системні й глибокі знання навчального матеріалу, в т.ч. для самостійного опрацювання, продемонстрував(-ла) вміння творчо застосувати набуті теоретичні знання для вирішення практичних завдань, передбачених програмою дисципліни, здатний(-на) до самостійного поповнення надбаних знань і умінь у процесі подальшої навчальної роботи і професійної діяльності; допущені помилки є незначними.

Оцінка в балах	Оцінка ECTS	Визначення	Оцінювання для заліку	Коментар
81-89	B	Дуже добре	зараховано	Аспірант(-ка) активно працював(-ла) на практичних заняттях, виявив(-ла) всебічні, системні й глибокі знання навчального матеріалу, в т.ч. для самостійного опрацювання, продемонстрував(-ла) уміння творчо застосувати набуті теоретичні знання для вирішення практичних завдань, передбачених програмою дисципліни, здатний(-на) до самостійного поповнення надбаних знань і умінь у процесі подальшої навчальної роботи і професійної діяльності; допустив(-ла) кілька помилок середнього значення, які самостійно може виправити.
71-80	C	Добре	Зараховано	Аспірант(-ка) бере участь у всіх практичних заняттях, проте не відрізняється особливою активністю, виявив(-ла) системні та добрі знання навчального матеріалу, в т.ч. для самостійного опрацювання, продемонстрував(-ла) уміння творчо застосувати набуті теоретичні знання для вирішення практичних завдань, передбачених програмою дисципліни, але у дискусіях допускає неточності, не завжди може сформулювати своє ставлення до фактів і подій або допускає несуттєві помилки
61-70	D	Задовільно	Зараховано	Аспірант(-ка) виявив(-ла) загальні знання навчального матеріалу, володіє обмеженими відомостями з літератури для самостійного опрацювання, виявив(-ла) уміння продуктивного вирішення практичних завдань, передбачених програмою дисципліни, припускається суттєвих помилок, які може виправити при підказці викладача.
51-60	E	Достатньо		Аспірант(-ка) виявив(ла) знання навчального матеріалу в мінімальному обсязі, володіє обмеженими відомостями з рекомендованої літератури, проявив(-ла) окремі уміння продуктивного вирішення практичних завдань, передбачених програмою дисципліни, припускається суттєвих помилок, які може виправити лише під керівництвом викладача.

5. Засоби діагностики успішності навчання

З метою перевірки якості підготовки, знань, умінь аспіранта з дисципліни **«Цінова політика в підприємстві»** використовуються такі засоби оцінювання:

- для поточного контролю - обговорення програмного матеріалу з врахуванням завдань для самостійної роботи, а також дискусійних та проблемних питань за темою практичного заняття; оцінювання презентації результатів роботи в групі, а також індивідуального завдання;

- для підсумкового контролю – оформлення заліку шляхом обговорення ключових питань.

Засоби поточного та підсумкового контролю:

Засоби контролю	Кількість балів
Поточний контроль на семінарських заняттях	50
Презентація результатів роботи	20
Індивідуальне завдання	30

Автор



З.М. Залога