

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ
ЗАКЛАД «МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»**

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТУ, ЕКОНОМІКИ ТА ФІНАНСІВ

Затверджую:

Директор ННІМЕФ

“ ___ ” _____ 2019 р.

Схвалено на засіданні кафедри фінансів,

банківської і страхової справи

Протокол № ___ від “ ___ ” _____ 2019р.

Завідувач кафедри _____ О.І. Дацій

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«СУЧАСНА ПОЛІТИКА ЦІНОУТВОРЕННЯ»

Статус дисципліни: за вибором

Освітньо-професійна програма вищої освіти галузі знань 07

Управління та адміністрування

Спеціальність: 072 Фінанси, банківська справа та страхування

Спеціалізація: «Міжнародна економіка та фінанси»

Форма навчання денна Курс 5

Семестр дев'ятий

Обсяг в кредитах ЄКТС/Всього годин: 3/90 за навчальним планом
(від січень 2017р.):

- лекції(Л) 20
- семінарські (С) 14
- практичні заняття (ПЗ) _____
- лабораторні заняття (ЛЗ) _____
- самостійна робота студентів (СРС) 56

лабораторні заняття (ЛЗ) _____

самостійна робота студентів (СРС) 46

Робоча навчальна програма складена на основі навчальної програми дисципліни “Сучасна політика ціноутворення“ підгот. к.е.н., проф. Г.І. Філіною та затвердженої на засіданні кафедри _____ протокол № _____
Розробник робочої програми навчальної дисципліни: професор МКА Філіна Г.І.

Київ МАУП 2019 р.

I. МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета вивчення дисципліни – оволодіння знаннями з теорії формування ринкової ціни та набуття навичок з управління ціновою політикою підприємства яка є поєднанням вибору виду цінової політики виробника на основі його маркетингових цілей та визначення найбільш ефективних методів встановлення цін на продукцію або послуги підприємства.

Завдання дисципліни: теоретична і практична підготовка студентів з питань функціонування системи цін в цілому в економіці, ринкових цін на окремі товари, включаючи знижки та надбавки до ціни та максимізації прибутку підприємства оптимізацією його цінової політики.

Предмет дисципліни – відносини, що виникають у процесі формування та руху фінансів підприємства залежно від системи цін, яку розробило підприємство.

Статус дисципліни – за вибором.

Місце навчальної дисципліни освітній програмі. Вивчення дисципліни «Сучасна політика ціноутворення» базується на знаннях студентів набутих при вивченні таких дисциплін як «Основи економічної теорії», «Фінанси», «Фінанси підприємств», «Економіка підприємства» тощо. Вивчення дисципліни створює базу для розуміння таких дисциплін як „Фінансова діяльність суб’єктів підприємництва”, „Інвестування”, „Бюджетна система” тощо.

II. КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ

НАВЧАННЯ

Знання та вміння, що формуються під час вивчення дисципліни.

В результаті вивчення дисципліни «Сучасна політика ціноутворення» студент буде знати:

- визначення економічної категорії ціни за різних наукових підходах;
- визначення сутності витратного типу ціноутворення та "ціннісного" типу ціноутворення;
- визначення витрат як розрахункової основи ціни;
- визначення суті та механізму формування цільового прибутку в ціні;
- методики встановлення ринкових цін;
- принципи встановлення цін залежно від характеристик ринку, на якому працює підприємство

Передумови для вивчення дисципліни

Методична основа дисципліни «Сучасна політика ціноутворення» своєю основою має сучасні економічні теорії та концепції функціонування внутрішніх та світових цін, методи ефективного управління витратами на виробництво та засади фінансового планування.

III. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Після вивчення дисципліни студент повинен уміти:

- визначати вплив цінової політики підприємства на його прибутковість;
- здатність аналізувати типи цінової політики підприємства;
- здатність розраховувати та аналізувати цінові стратегії по товарах;
- визначати фактори, які впливають на вибір цінової стратегії по товару;
- Здатність визначати рівень планової (базової) ціни товару;
- розкривати сутність структурних елементів нормативної калькуляції товару;
- вміти класифікувати витрати на змінні та постійні для потреб ціноутворення;
- вміти розраховувати точку беззбитковості виробництва товару.
- визначати умови можливого застосування витратного типу ціноутворення;
- визначити позитивні та негативні сторони витратного ціноутворення на прибутковість виробника;
- визначати умови можливого застосування ціннісного типу ціноутворення;
- визначити позитивні та негативні сторони ціннісного ціноутворення на прибутковість виробника;
- вміти класифікувати види інфляції;
- розраховувати показники інфляції;
- характеризувати чинники, які впливають на виникнення інфляції;
- визначати вплив інфляції на рівень цін підприємства.

IV. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Підсумковий контроль знань студентів формується на підставі сумарного рейтингу, що включає рейтингові оцінки під час поточного контролю та рейтингову оцінку на екзамені (заліку).

Згідно критеріям оцінки знань студентів за сумарним рейтингом (табл. 1) виставляється екзаменаційна оцінка.

Критерії оцінки знань студентів за сумарним рейтингом

Якісна характеристика	Кількість балів	Рейтингова оцінка	Додаткові умови
Відмінно	90-100 балів	A	
Дуже добре	82-89 балів	B	
Добре	75-81 бал	C	
Задовільно	68-74 бали	D	
Достатньо, задовільно	60-67 балів	E	
Незадовільно	35-59 балів	EX,	можливість повторного складання
Незадовільно	1-34 бали	F	повторне вивчення*

*У останньому випадку відповідно до «Положення про систему триступеневого контролю знань студентів Міжрегіональної Академії управління персоналом» студенту рекомендується повторне слухання курсу.

Може передбачатися оцінювання за співвідношенням 85:15. В цьому випадку на залік/екзамен відводиться 15 балів (1-5 за відповідь на кожне з трьох питань екзаменаційного білету) або тестові чи інші залікові завдання.

Максимальна сума балів (поточна рейтингова + підсумкова екзаменаційна) складає 100 балів, а мінімальна сума балів по поточному контролю – 60 балів (допуск до здійснення підсумкового контролю знань).

Рекомендована шкала балів оцінювання поточного та підсумкового контролю наведено нижче в табл.2.

Таблиця 2

Розподіл балів за якими оцінюються різні види робіт

	Змістовний модуль 1			Змістовний модуль 2			Змістовний модуль 3				Змістовний модуль 4		РАЗОМ (мінімум)	РАЗОМ (максимум)	Залік	УСЬОГО
Бали за модуль	15-20			15-20			15-25				15-25		60	85	15	100
Теми/типи контролю	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12				
ПК		5			5		5		5		5		10	20		
РТ	5			5				5			5		10	10		
МК		5				5				5	5		15	20		
М			10									10	20	20		
ІР			5			5				5		5	5	15		

Тип контролю:

ПК – поточний контроль (відповіді на семінарах, доповнення)
РТ – розв’язок задач/ тестування
МК – міні-контрольна
М – модульна контрольна робота
ІР – індивідуальна робота

У. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Контроль є невід’ємною складовою навчання основам сучасної політики ціноутворення і проводиться з метою оцінки навчальних досягнень студентів в оволодінні страхуванням згідно з визначеним чинною програмою рівнем досягнень, оцінки ефективності навчального процесу, підвищення мотивації до навчання.

Система контролю має комунікативну спрямованість, що дозволяє визначити рівень сформованості навичок і вмінь механізмів страхування. Вона характеризується зв’язністю і зростаючою складністю, і включає поточний і підсумковий види контролю.

Цілі та зміст різних видів контролю мають відповідати цілям, завданням та змісту навчання. Порядок нарахування балів і виставлення оцінок під час виконання студентами контрольних завдань зумовлюється обраним видом контролю і повинен бути зручним і практичним. Результати контролю виступають показниками успішності студентів, які можна співвідносити з очікуваними навчальними досягненнями в оволодінні управління цінами.

Поточний контроль реалізується на практичних заняттях шляхом усного опитування, перевірки конспектів, виконанням тестів і контрольних робіт, різновидів самостійної роботи, зокрема написання рефератів, творчих завдань тощо.

Завдання для проведення поточного контролю розробляються викладачами з урахуванням особливостей навчання ціноутворенню на відповідному курсі.

Метою підсумкового контролю, що проводиться наприкінці відповідного семестру, є визначення рівня володіння студентами методами ціноутворення відповідно до рейтингової системи оцінювання знань, яка додається до робочої програми навчальної дисципліни.

Підсумковий контроль проводиться у формі іспиту/заліку, який складається письмово. Залік проводиться у формі відповідей комбінованого тесту, який включає наступні різновиди роботи – теоретичні визначення та розрахункові завдання. Іспит проводиться у формі відповідей на питання екзаменаційного білету за вивченими темами та включає три теоретичних питання та одне розрахункове. Обидві частини застосовуються з метою перевірки сформованості конкретних навичок і вмінь з управління міжнародними фінансовими потоками.

VI. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 3

Структура навчальної дисципліни

№	Курс 5	Семестр 9					
	Всього годин у семестрі 90	лек ції (Л)	се мі на р. зан . (С З)	пр акт . лаб . зан . (П З, ЛЗ)	інд . ко нс. ро б. (К Р)	фо р- ма ко нт- ро лю	П ри мі т- ка
Змістовний модуль I. Теоретичні основи ринкового ціноутворення.							
1.	Ціноутворення в умовах ринкових відносин	2	1		4	У	
2.	Структура ціни як об'єкт управління	2	2		6	У, КР	
3.	Функції та види цін в економіці.	1	1		4	У, СР	
Змістовний модуль II. Державна політика в області ціноутворення							
4.	Державне регулювання цін в ринковій економіці	1	1		4	У,	
5.	Ціноутворення в умовах інфляції	2	1		4	У, ПК	
Змістовний модуль III. Цінова політика підприємства							
6.	Цінова політика підприємства на ринку	1	1		4	У,	
7.	Цінова стратегія підприємства	2	1		6	У	
8.	Методи встановлення цін	2	2		6	У, КР	
9	Ціна та життєвий цикл товару	2	1		4	У	
10	Цінова тактика підприємства на ринку	2	1		6	У, СР	
11	Ціни та конкуренція	2	1		4	К	
12	Ціноутворення на експортну продукцію	1	1		4	У, Т	
	Всього годин 90	20	14	-	56		

Форми контролю:

усне опитування - У

контрольні роботи - КР

перевірка конспектів - ПК

перевірка завдань для самостійної роботи - СР

тестування - Т

колоквіум - К

ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ ЗА МОДУЛЯМИ

Модуль I. Теоретичні основи ринкового ціноутворення.

Ціна як економічна категорія і як інструмент господарського механізму. Ціна попиту і фактори, які її формують. Ціна пропозиції і фактори, які її формують. Ціна ринкової рівноваги. Сучасний погляд на теорію ціни з позиції продуктивності факторів виробництва. Поняття економічної вартості як основи ціни реалізації. Ринкова ціна як оцінка споживачем корисності товару. Формування ціни вільної конкуренції, монопольної ціни, олигопольної ціни і ціни монополістичної конкуренції

Економічна сутність собівартості. Класифікація витрат виробництва в залежності від цілей аналізу і встановлення цін. Постійні і змінні витрати в структурі ціни. Маржинальний підхід до управління структурою ціни. Формування цільового (необхідного прибутку). Методи включення прибутку в планову (базову ціну) ціну. Етапи встановлення ринкової ціни як ціни продажу товару.

Загальне поняття про функції ціни в ринковій і плановій економіках: подібність і розбіжність функцій, їх співвідношення. Облікова функція. Стимулююча функція. Функція балансування попиту та пропозиції. Перерозподільна функція. Функція оптимізації розміщення виробництва. Система цін по різних принципах класифікації цін. Види контрактних цін. Світові ціни та їх формування.

Модуль II. Державна політика в області ціноутворення

Необхідність, сутність і задачі цінової політики держави. Область застосування державного регулювання цін (об'єкти державного регулювання цін). Прямі і непрямі (економічні) методи державного регулювання цін. Вільні, фіксовані та регульовані ціни. Індикативні ціни, їх призначення. Декларування цін як метод державного регулювання цінової діяльності. Законодавча основа регулювання цін. Органи державного регулювання цін і їх права в області ціноутворенні. Розмежування прав по регулюванню цін між органами влади. Органи державного контролю за цінами. Напрямки та об'єкти державного контролю за цінами. Санкції за порушення цінового законодавства.

Сутність і види інфляції. Інфляційні очікування виробників та споживачів як причина росту цін. Зв'язок антиінфляційної політики держави з ціноутворенням. Врахування фактора інфляції у визначенні розміру ціни. Розрахунок індексів зміни цін. Демпінгове ціноутворення. Антимонопольне регулювання підприємництва.

Модуль III. Цінова політика підприємства

Сутність і задачі цінової політики підприємства. Фактори, які впливають на вибір виробником цінової політики. Принципи цінової політики. Роль цінової політики в стратегічному менеджменті підприємства. Цілі цінової політики в рамках маркетингової

стратегії. Цінова політика як елемент маркетингової політики підприємства. Ціна в комплексі маркетингу і її взаємозв'язок з іншими елементами комплексу маркетингу. Основні види цінової політики підприємства: диференційованого ціноутворення, конкурентного ціноутворення, асортиментного ціноутворення, трансфертного ціноутворення, на основі життєвого циклу товару. Цінова стратегія і цінова тактика - складові цінової політики. Етапи розробки і реалізації цінової політики підприємства.

Сутність і цілі цінової стратегії підприємства. Аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища маркетингу у виборі цінової стратегії. Основні цінові стратегії підприємства: стратегія проникнення на ринок, стратегія підтримки платоспроможності (збереження стабільного положення на ринку), стратегія періодичного зниження ціни, стратегія випадкового зниження ціни, стратегія сегментування ринку, стратегія максимізації прибутку ("зняття вершків"), стратегія престижної ціни, стратегія товарної концентрації, стратегія цінового лідерства, стратегія наслідування лідера, стратегія товарного набору, стратегія „зв'язаного” ціноутворення.

Базова ціна товару і її структура. Обґрунтування вибору методу встановлення базової ціни в залежності від цілей підприємства на ринку, типу ринку і масштабів виробництва. Сутність витратних та „ціннісних”(„маркетингових”) методів встановлення цін, їх недоліки та переваги. Методи надбавок на основі повних витрат виробництва і цільового прибутку. Метод доходу на капітал (на основі аналізу беззбитковості і забезпечення цільового прибутку). Метод „система стандарт-кост”. Метод встановлення ціни на основі прямих витрат „директ-костінг”. Метод „маржинал-костінг” (встановлення цін на додаткову до основного заказу продукцію). Метод розрахунку ціни на основі аналізу варіантів досягнення беззбитковості та отримання цільового прибутку. Метод споживчої оцінки (з орієнтацією на попит). Метод орієнтації на рівень конкуренції (поточних ринкових цін). Метод орієнтації на цінового лідера. Нормативно-параметричне ціноутворення: цілі, сутність методів нормативно-параметричного та параметричного.

Поняття життєвого циклу товару. Стадії життєвого циклу товару. Максимізація прибутку на кожній стадії ЖЦТ на основі різних цінових стратегій для кожної стадії. Особливості ціноутворення на кожній стадії ЖЦТ . Взаємозв'язок ефективності реклами і ціни продукції.

Сутність і задачі цінової тактики підприємства. Гнучкість ціноутворення в підвищенні конкурентноздатності підприємства. Пристосування базової ціни до кон'юнктури ринку: знижки, надбавки, заліки, зміна ціни під впливом короткострокової зміни кон'юнктури ринку. Ціна реалізації і її найменший рівень. Призначення і розрахунок

знижок до ціни. Призначення і розрахунок надбавки до ціни. Основні види знижок і надбавок до цін. Вплив каналів товароруку на розмір кінцевої ціни торговими надбавками.

Цінова і нецінова конкуренція. Роль цінової конкуренції на сучасному етапі розвитку підприємництва. Основні напрямки забезпечення конкурентоздатності товару. Методи цінової і нецінової конкуренції. Конкурентний лист: задачі складання, структура. Розбіжність між ціною купівлі і ціною придбання товару як метод конкурентної боротьби. Особливості цілей ціноутворення при встановленні ціни експорту. Фактори, які впливають на рівень цін експорту. Аналіз рівня експортної ціни: витрати виробництва, рентабельність експорту, ціни в країні-імпортері, державний протекціонізм. Особливості інформаційного забезпечення планування цін на експортну продукцію. Транспортні витрати в експортній ціні. Індикативні ціни та область їх застосування. Оцінка ефективності експорту Роль антидемпінгового законодавства в захисті національного виробника.

6.1. ПЛАНИ ЛЕКЦІЙ

Лекція 1

Тема 1: Ціноутворення в умовах ринкових відносин

1. Ціна як економічна категорія
2. Формування ціни ринкової рівноваги
3. Економічна вартість як основа ринкової ціни
4. Залежність ціноутворення від типу ринку

Література: 11-15, 16, 20

Лекція 2

Тема 2. Структура ціни як об'єкт управління

1. Структура ціни за сферами обігу
2. Класифікація витрат виробництва
3. Включення прибутку в ціну
4. Податки в цінах

Література: 11-15, 22,23, 24

Лекція 3

Тема 3. Функції та види цін в економіці.

1. Функції ціня як інструмент господарського механізму

2. Система цін як об'єкт управління

3. Класифікація цін за видами

Література: 11-15, 22, 24, 25

Лекція 4

Тема 4. Державне регулювання цін в ринковій економіці

1. Мета та сутність державного регулювання цін

2. Методи державного регулювання цін

3. Законодавство України про ціноутворення

4. Державний контроль за цінами

Література: 1-10, 12, 14,15

Лекція 5

Тема 5. Ціноутворення в умовах інфляції

1. Сутність інфляційних процесів

2. Планування цін з врахуванням інфляції

Література: 15,22, 25.

Лекція 6

Тема 6. Цінова політика підприємства на ринку

1. Сутність та задачі цінової політики підприємства

2. Цілі цінової політики

3. Види цінової політики підприємства

4. Поняття цінової стратегії та цінової тактики

Література: 13-15, 17,18, 22, 24

Лекція 7

Тема 7. Цінова стратегія підприємства

1. Етапи розробки цінової стратегії підприємства

2. Аналіз маркетингового середовища

3. основні цінові стратегії підприємства

Література: 13-15, 17,18, 22, 24

Лекція 8

Тема 8. Методи встановлення цін

1. Вибір методу ціноутворення
2. Етапи встановлення ціни реалізації
3. Витратне ціноутворення
4. Ціннісне ціноутворення

Література: 11-15, 17, 20, 24, 25

Лекція 9

Тема 9. Ціна та життєвий цикл товару

1. Поняття життєвого циклу товару на ринку
2. Особливості ціноутворення на стадіях ЖЦТ

Література: 15, 22

Лекція 10

Тема 10. Цінова тактика підприємства на ринку

1. Поняття гнучкості ціноутворення
2. Види знижок до цін
3. Види надбавок до цін

Література: 13-15, 17, 18, 22, 24

Лекція 11

Тема 11. Ціни та конкуренція

1. Сутність цінової та нецінової конкуренції
2. Методи цінової конкуренції

Література: 12-15, 16, 19, 22

Лекція 12

Тема 12. Ціноутворення на експортну продукцію

1. Особливості ціноутворення зовнішньоекономічної діяльності

2. Структура експортної ціни
3. Фактори ціноутворення на експортну продукцію
4. Аналіз рівня експортної ціни

Література: 12-15, 16, 21, 24, 25

6.2. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Семінар 1. Методика рішень задач на визначення оптових цін виробника, відпускних цін виробника, цін оптової торгівлі, роздрібних цін.

1. Визначення середньої ціни, рентабельності товару.
2. Застосування маржинального підходу в ціноутворенні.

Література: 11-15, 16, 20

Семінар 2. Функції цін в економіці. Економічна сутність та структура ціни виробництва.

1. Ринковий механізм встановлення цін.
2. Система цін за видами цін.
3. Роль функцій ціни у регулюванні економіки.
4. Методи розрахунку собівартості продукції.
5. Включення прибутку в ціну виробництва.
6. Визначення мінімального та оптимального обсягу виробництва.

Література: 11-15, 22, 23, 24

Семінар 3. Контрольна робота по вирішенню задач на визначення розміру оптових та роздрібних цін, графік беззбитковості, розрахунок середньої ціни.

Семінар 4. Державне регулювання цін.

1. Цілі та задачі державного регулювання цін.
2. Методи державного регулювання цін..
3. Законодавча основа державного регулювання цін
4. Державний контроль за цінами.

Література: 11-15, 22, 24, 25

Семінар 5. Цінова політика, цінова стратегія та цінова тактика підприємства на ринку.

1. Сутність, принципи та цілі цінової політики підприємства.
2. Види та вибір цінових стратегій підприємства на ринку.
3. Поточне регулювання цін з врахуванням стану ринку (тактика ціноутворення).
4. Врахування інфляції при визначенні ринкової ціни.

Література: 13-15, 17,18, 22, 24

Семінар 6. Методи встановлення базової ціни та ціни реалізації.

1. Витратні методи ціноутворення, їх недоліки. Пасивне ціноутворення.
2. “Ціннісні” методи ціноутворення. Активне ціноутворення.
3. Практичне застосування різних методів ціноутворення.

Література: 11-15, 17, 20, 24, 25

Семінар 7. Контрольна робота на застосування різних методів визначення цін.

Семінар 8. Ціноутворення з врахуванням життєвого циклу товару та особливості експортного ціноутворення.

1. Цінові стратегії на різних стадіях ЖЦТ.

2. Методичні засади визначення експортної ціни на основі врахування особливостей експортного ринку.

Література: 15, 22

6.3 ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Питання, що виносяться на самостійне вивчення

- Тема 1. Ціноутворення в умовах ринкових відносин
1. Вартісні та неwartісні теорії ціни
 2. Структура "економічної вартості"
- Тема 2. Структура ціни як об'єкт управління
1. Структура ціни за прямими витратами
 2. Поняття цільового прибутку
- Тема 3. Функції та види цін в економіці.
1. Види та розрахунок контрактних цін
 2. Визначення світових цін та їх особливостей
- Тема 4. Державне регулювання цін в ринковій економіці
1. Закони, що регулюють систему цін в Україні
- Тема 5. Ціноутворення в умовах інфляції
1. Статистична інформація, яка використовується в ціноутворенні
 2. Метод розрахунку ціни, що захищена від інфляції
- Тема 6. Цінова політика підприємства на ринку
1. Принципи цінової політики
 2. Зміст цінової стратегії та цінової тактики
 3. Цінова політика в системі маркетингу
- Тема 7. Цінова стратегія підприємства
1. Цілі цінової стратегії по товару
 2. Поняття цінового лідера та його цінові стратегії
- Тема 8. Методи встановлення цін
1. Поняття базової ціни та ціни реалізації
 2. Методи розрахунку собівартості за прямими витратами
 3. Калькуляція собівартості
- Тема 9. Ціна та життєвий цикл товару
1. Цінові стратегії на кожному циклі життя товару

Тема 10 . Цінова тактика підприємства на ринку

1. Сутність знижок та надбавок до ціни.
2. Поняття каналу товаролуруху

Тема 11. Ціни та конкуренція

- 1.Поняття нецінової конкуренції
2. Методи цінової конкуренції

Тема 12. Ціноутворення на експортну продукцію

1. Сутність порівняння експортного товару по параметрам з національним товаром
2. Показники ефективності експорту

6.4 ТЕМИ РЕФЕРАТІВ

1. Сутність ефективного ціноутворення в системі маркетингу
2. Методичні засади прогнозування цін.
3. Система цілей в ціновій політиці виробника.
4. Економічна сутність ринкової ціни. Закони попиту та пропозиції.
5. Теорії ціни в економічній науці.
6. Сутність, принципи та методи витратного ціноутворення.
7. Залежність ціноутворення виробника від типу конкурентності ринку
8. Сутність, принципи та методи "ціннісного ціноутворення"
9. Вплив цінової політики підприємства на його прибутковість.
10. Методи розрахунку собівартості продукції по прямих та повних витратах.
11. Визначення цільового прибутку та включення прибутку в ціну.
12. Сутність, цілі та види цінової політики підприємства
13. Цінові стратегії підприємства та їх методи
14. Цінова тактика підприємства на ринку при визначенні ціни продажу.
15. Етапи розробки цінової політики підприємства.
16. Переваги та недоліки витратного та "ціннісного" типів ціноутворення
17. Сутність трансфертного ціноутворення
18. Включення умов поставки в контрактну ціну.
19. Види контрактних цін та розрахунок ціни виконання контракту.
20. Особливості ціноутворення на різних стадіях життєвого циклу товару.
21. . Параметричний ряд продукції та методи нормативно - параметричного ціноутворення.

22. Сутність цінової та нецінової конкуренції
23. Сегментування покупців в ефективному ціноутворенні.
24. Місце ціни в системі маркетингу
25. Методичні підходи до прогнозування цін підприємства
26. Врахування психології споживачів в ефективному ціноутворенні.
27. Економічна вартість як основа ринкової ціни
28. Структура експортної ціни. Аналіз інформації для розрахунку експортної ціни
29. Визначення та формування світових цін на групи товарів
30. Психологія ефективного ціноутворення.

6.5. ІНДИВІДУАЛЬНО-КОНСУЛЬТАТИВНА РОБОТА

Індивідуально-консультативна робота здійснюється в формі індивідуальних консультацій зі студентами по питанням тематичного навчального плану, завданням для самостійного для самостійної роботи студентів та виконанню контрольних (реферативних) робіт. Час проведення встановлюється згідно з графіком, затвердженим на засіданні кафедри.

III. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

У процесі вивчення дисципліни здійснюється поточний та підсумковий контроль знань студентів.

Екзаменаційна оцінка виставляється відповідно до сумарного рейтингу студента.

Приблизне рекомендоване співвідношення між балами за роботу протягом семестру та безпосередньо за екзаменаційну роботу складає 65:35.

Поточний контроль знань, який здійснюється протягом семестру, базується на таких видах навчальних робіт:

- а) робота на семінарах над теоретичними питаннями курсу: ґрунтовні відповіді, фіксовані виступи, доповнення;
- б) розв'язок задач та виконання тестів;
- в) написання контрольних робіт: міні контрольних (за поточною темою) та модульних контрольних робіт (підсумкових за рядом тем).

Рекомендована шкала балів за видами навчальних робіт в таблиці 4.

Таблиця 4

Шкала балів за видами навчальних робіт

№ ч/т	Види навчальних робіт	Максимальна оцінка у	Примітка
1.	Відповіді на семінарах	0-5	За семінар, незалежно від кількості відповідей
2.	Доповнення	2,5	За семінар
3.	Розв'язок задач: -індивідуальний; - участь у колективному розв'язку	0-5 2,5	За практичне заняття незалежно від кількості задач За заняття
4.	Тестування	0-5	За одне правильно виконане завдання
5.	Фіксований виступ (аналіз проблеми)	0-5	За один виступ
6.	Міні-контрольні (за поточною темою)	0-5	Загалом за контрольну
7.	Модульні контрольні роботи	0- 10	За одну роботу

Тестування та міні контрольні можуть здійснюватися за матеріалами, наведеними у розділі VI «Завдання для самостійної роботи студентів».

Теми фіксованих виступів пропонуються до кожного заняття курсу у розділі V «Плани семінарських занять».

Модульні контрольні роботи проводяться у формі тестів і задач, оскільки такий варіант контролю знань оптимальний як з точки зору зручності перевірки робіт, так і з точки зору можливості використання комп'ютерних технологій проведення цих робіт. У разі потреби контрольні роботи можуть здійснюватися і у традиційній формі письмової відповіді на поставлені запитання. У такому випадку завданнями контрольних робіт можуть виступати питання підсумкового контролю, кількість яких буде обмежена тематичним спрямуванням відповідного модулю.

Протягом викладання дисципліни здійснюється поточний та підсумковий контроль знань студентів за наступною схемою:

Таблиця 5

Тема		Форма контролю
Змістовий модуль 1: Теоретичні основи ринкового ціноутворення.		
1.	Ціноутворення в умовах ринкових відносин	Усний контроль знань студентів та тестові завдання протягом семінарського заняття.
2.	Структура ціни як об'єкт управління	Усний контроль знань студентів протягом семінарського заняття. Міні-контрольна

3.	Функції та види цін в економіці.	Усний контроль знань студентів протягом практичного заняття.
Змістовий модуль 2. Державна політика в області ціноутворення		
4.	Державне регулювання цін в ринковій економіці	Усний контроль знань студентів протягом практичного заняття.
5.	Ціноутворення в умовах інфляції	Усний контроль знань студентів протягом семінарського заняття.
Змістовий модуль 3. Цінова політика підприємства		
6.	Цінова політика підприємства на ринку	Вибіркова перевірка знань студентів по питанням, передбачених до самостійного вивчення.
7.	Цінова стратегія підприємства	Усний контроль знань студентів та тестові завдання протягом семінарського заняття.
8.	Методи встановлення цін	Усний контроль знань студентів та тестові завдання протягом семінарського заняття.
9.	Ціна та життєвий цикл товару	Усний контроль знань студентів протягом практичного заняття.
10.	Цінова тактика підприємства на ринку	Вибіркова перевірка знань студентів по питанням, передбачених до самостійного вивчення.
11.	Ціни та конкуренція	Усний контроль знань студентів та тестові завдання протягом семінарського заняття.
12.	Ціноутворення на експортну продукцію	Вибіркова перевірка знань студентів по питанням, передбачених до самостійного вивчення.
Кінцевий контроль		Проведення аудиторної контрольної роботи за результатами вивчення модулів 3, в т.ч. включаючи вирішення задач, наведених в Навчальній програмі дисципліни
		Іспит/Залік

Перелік питань до підсумкового контролю

1. Сучасні концепції вартості як основи ціни
2. Закон попиту та закон пропозиції в формуванні ціни ринкової рівноваги
3. Поняття еластичності попиту по ціні та розрахунок коефіцієнта еластичності попиту по ціні
4. Поняття еластичності пропозиції по ціні та розрахунок коефіцієнта еластичності пропозиції по ціні.

5. Поняття економічної вартості як основи ціни реалізації товару визначеної якості
6. Вплив зовнішнього середовища бізнесу на рівень ціни.
7. Вплив внутрішнього середовища бізнесу на рівень ціни.
8. Структура собівартості по економічних елементах та по статтях калькуляції.
9. Структура собівартості по розподілу на змінні та умовно-постійні витрати. Склад змінних та умовно-постійних витрат.
10. Методи включення умовно-постійних витрат у структуру ціни одиниці продукції.
11. Визначення мінімального розміру ціни на основі врахування змінних та умовно-постійних витрат.
12. Поняття цільового (необхідного) прибутку підприємства та методи визначення його розміру.
13. Методи включення цільового (необхідного) прибутку в структуру ціни продукції при витратному підході до ціноутворення.
14. Податки та збори у структурі ціни: види податків; явні і приховані методи включення податків в структуру ціни виробництва та відпускну ціни виробника
15. Включення в ціну відрахувань в державні позабюджетні фонди.
16. Включення в ціну місцевих податків та зборів.
17. Вплив фактору конкурентності ринку за типами ринків на ціноутворення.
18. Послідовність аналізу і прийняття рішень при встановленні ринкової ціни (етапи встановлення ціни реалізації)
19. Види цін за різними принципами класифікації
20. Види контрактних цін та умови їх застосування.
21. Світові ціни і їх формування.
22. Включення умов поставки (франко) в ціни. Міжнародна система франкування продукції ІНКОТЕРМС.
23. Сутність облікової функції ціни.
24. Роль стимулюючої функції ціни в розвитку виробництва.
25. Роль перерозподільчої функції ціни в формуванні міжгалузевих пропорцій.
26. Сутність функції балансування попиту та пропозиції.
27. Використання функції ціни „оптимізація розміщення виробництва” в обґрунтуванні спеціалізації розвитку регіону.
28. Необхідність державного регулювання цін у ринковій економіці.
29. Зміст державної політики в області ціноутворення.
30. Взаємодія державного регулювання цін з іншими елементами господарського механізму.

31. Економічні (непрямі) методи державного регулювання цін.
32. Державне регулювання цін інструментами податкової політики, кредитної політики, грошової політики.
33. Адміністративні (прямі) методи державного регулювання цін.
34. Встановлення фіксованих цін.
35. Область застосування та методи встановлення регульованих цін
36. Декларування цін як інструмент державного регулювання цін монополістів
37. Сутність внутрішнього та зовнішнього демпінгу та протидія йому.
38. Законодавство України в області ціноутворення та повноваження окремих державних органів влади по встановленню цін (по рівнях державного управління)
39. Органи державного контролю за цінами. Напрямки та об'єкт державного контролю за цінами.
40. Методи державного регулювання цін у боротьбі з інфляцією
41. Природні монополії і контроль за цінами на їх продукцію (послуги). Антимонопольне законодавство України.
42. Особливості ціноутворення на ринках з різними типами конкуренції
43. Місце цінової політики в загальній стратегії підприємства на ринку
44. Принципи формування цінової політики підприємства.
45. Основні види цінової політики підприємства на ринку та фактори, що впливають на її вибір
46. Сутність активного типу ціноутворення і його складність для виробника
47. Формування прибутку при ціновій політиці асортиментного ціноутворення
48. Вплив зовнішнього середовища бізнесу на вибір цінової стратегії підприємства.
49. Вплив внутрішнього середовища підприємства на вибір його цінової стратегії
50. Зв'язок товарної стратегії підприємства з ціновою стратегією
51. Ціна в комплексі маркетингу підприємства. Маркетингові дослідження
52. Ухвалення цінового рішення про виведення нового товару на ринок: аналіз базової ціни з позицій її конкурентності.
53. Зв'язок цілей цінової стратегії підприємства з цілями стратегічного маркетингу.
54. Основні види цінових цілей підприємства.
55. Фактори, що впливають на вибір підприємством цінової стратегії по кожному товару.
56. Види цінових стратегій підприємства по окремому товару, які реалізують цінову політику конкурентного ціноутворення.

57. Види цінових стратегій підприємства по окремому товару, які реалізують цінову політику диференційованого ціноутворення.
58. Цінові стратегії політики асортиментного ціноутворення.
59. Зміст цінової стратегії сегментування ринку.
60. Зміст цінової стратегії низької ціни на другому ринку (граничне ціноутворення)
61. Стратегії періодичного та випадкового зниження ціни
62. Цінові стратегії по виведенню нового товару на ринок
63. Стратегія „ціни з приманкою” політики асортиментного ціноутворення
64. Зміна стратегії ціноутворення в залежності від стадії життєвого циклу товару.
65. Цілі та принципи диференціації цін по ринкових сегментах
66. Вертикальна та горизонтальна диференціація цін одного виробника
67. Витратні методи встановлення ціни: сутність, область застосування, переваги, недоліки
68. Встановлення ціни виробництва методом „надбавки” на основі повних витрат та цільового прибутку в ціні
69. Встановлення ціни виробництва методом „надбавок” на основі повних витрат та середньгалузевої прибутковості
70. Метод розрахунку ціни виробництва на основі аналізу беззбитковості виробництва та забезпечення цільового прибутку.
71. Поняття „ціннісного ціноутворення” з орієнтацією на попит покупців.
72. Послідовність визначення прибутковості продукції при використанні ціннісного підходу до ціноутворення
73. Методи встановлення цін на основі споживчої цінності товару.
74. Методи становлення цін на основі прямих витрат та маржинального прибутку
75. Методи встановлення цін в межах єдиного товарного асортименту фірми: ціни на базовий товар, на супутні та доповнюючі товари.
76. Метод встановлення ціни на основі рівня поточних ринкових цін.
77. Метод наслідування цінового лідера.
78. Область застосування нормативно-параметричного ціноутворення, поняття параметричного ряду продукції
79. Сутність нормативно-параметричного методу розрахунку ціни.
80. Значення гнучкості ціноутворення в підвищенні конкурентноздатності підприємства на ринку
81. Методи цінової тактики підприємства як спосіб врахування кон'юнктури ринку.
82. Знижки до цін пропозиції: призначення, розрахунок, види.

83. Надбавки до базової ціни : призначення, розрахунок, види.
84. Врахування виробником структури та довжини каналу товароруку в підвищенні конкурентності ціни реалізації
85. Поняття „життєвого циклу товару” та цінова політика врахування ЖЦТ
86. Сутність і методи цінової і нецінової конкуренції.
87. Особливості структури ціни зовнішньої торгівлі
88. Фактори, які впливають на рівень експортної ціни.
89. Інформаційна база розрахунку ціни на експортну продукцію.
90. Врахування рівня інфляції при встановленні ціни реалізації

VIII. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

Викладання дисципліни передбачає використання новітніх освітніх технологій, спрямованих на підвищення зацікавленості студентів в вивченні курсу, оволодінні теоретичними та практичними знаннями з предмету. Для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів при вивченні дисципліни будуть здійснюватися проблемні лекції (за участю студентів), презентації (лекцій/семінарів), кейси (оцінка теорії через практичні аспекти), робота в малих групах та семінари-дискусії, що використовують мультимедійне техніко-програмне забезпечення. Рекомендовані методи активації наведені нижче у таблиці 6.

Таблиця 6

Складові методів активізації процесу навчання

Тема	Методи активізації процесу навчання		
	Лекції	Семінари	Інше
З/модуль 1: Теоретичні основи ринкового ціноутворення			
1.	Ціноутворення в умовах ринкових відносин		Семінар – дискусія
2.	Структура ціни як об’єкт управління	Презентація	Кейс
3.	Функції та види цін в економіці.		Семінар – дискусія
З/модуль 2. Державна політика в області ціноутворення			
4.	Державне регулювання цін в ринковій економіці		Кейс

5.	Ціноутворення в умовах інфляції	Участь студентів в проведенні лекції		Інтернет-звіти студентів по нормативній базі
3/ модуль 3. Цінова політика підприємства				
6.	Цінова політика підприємства на ринку		Семінар – дискусія	
7.	Цінова стратегія підприємства		Семінар – дискусія	
8.	Методи встановлення цін		Семінар – дискусія	
9.	Ціна та життєвий цикл товару		Семінар – дискусія	
10.	Цінова тактика підприємства на ринку		Семінар – дискусія	
11.	Ціни та конкуренція		Семінар – дискусія	
12.	Ціноутворення на експортну продукцію			

ІХ. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні

1. Закон України Про ціни і ціноутворення: від 21.06.2012 р. № 5007-VI
2. Закон України Про захист від недобросовісної конкуренції: від 18.12.2008 р. № 689-VI
3. Закон України Про обмеження монополізму і недопущення недобросовісної конкуренції: від 18.02.1992 р.
4. Про ціноутворення в умовах реформування економіки: Постанова КМ України від 21.10.1994 р. № 733.
5. Положення про Державну інспекцію України по контролю за цінами: Постанова КМ України від 30.03.2012 р. № 236/2012.
6. Положення про державне регулювання цін (тарифів) на продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного споживання, роботи і послуги монопольних утворень: Постанова КМ України від 22.02.2095 р. № 135.
7. Верхоглядова Н.І. Основи ціноутворення [Текст] : Навчальний посібник. / Н. І. Верхоглядова, С. Б. Ільїна, Н. А. Іваннікова, Я. Я. Слабко, Ю. В. Лисенко. – К.: Кондор, 2006 р.– 252 с.

8. Іванюта П.В., Лугівська О.П. Управління ресурсами і витратами: навч. посіб. – 2-ге вид. – К.:ЦУЛ, 2011. – 320 с.
9. Ерухимович. И.Л. Ценообразование: Учебн. Пособие. –К.: МАУП, 1998.
10. Колесников О. В. Ціноутворення: навч. посіб. / Колесников О. В. -3-е вид., випр. та доп. . – К.: ЦУЛ, 2007. – 144 с.
11. Корнєв В.Л. Цінова політика підприємства.-К.: КНЕУ, 2001.
12. Литвиненко Я.В. Сучасна політика ціноутворення: Навч. посіб. – МАУП, 2004 – 240 с.
13. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення: навч. посіб./ [Мазур О. Є.]. – К.: ЦУЛ, 2011.- 480 с.
14. Основи ціноутворення: підруч./ [Ред. Олійник Д.І., Кириченко О.А., , Денисенко М.П.]. – К.: Професіонал, 2009.- 384 с.
15. Салимжанов И.К. Ценообразование : учебник / И.К. Салимжанов. - М. : КНОРУС, 2007.-304 с.
16. Цацулин А.Н. Цены и ценообразование в системе маркетинга.-М.: Филинь, 1998.
17. Ціни і ціноутворення [Текст] : навч. посіб. / Пінішко В. С., Рудницька О. С., Юсипович О. І. ; Укоопспілка, Львів. комерц. акад. - Л. : Вид-во Львів. комерц. акад., 2013. - 191 с.
18. Ціноутворення в умовах ринку: навч. посіб. [Літвінов Ю. І., Останкова Л.А., Літвінова Т. М. та ін.]. – К.: ЦУЛ, 2010.- 400 с.
19. Філіна Г.І. Управління витратами та цінами: навч. посіб. / Філіна Г.І. – К.: Персонал, 2008. – 240с.
20. Чорна Л.О. Ціни і ціноутворення в ринковій економіці. –Вінниця: "Вінниця", 1999. – 164 с.
21. Шевчук Д. А. Ценообразование : учеб. пособие / Д. А. Шевчук.– М. : ГроссМедиа : РОСБУХ, 2008. – 240 с. –
22. Шуляк П.Н. Ценообразование: Учебно-практическое пособие. - 12-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2010. - 196 с.

Додаткові

23. Абрютина М.С. Ценообразование в рыночной экономике. –М.: Дело и сервис, 2010, - 255 с.
24. Афонін А. С. Ціноутворення в бізнесі. – К.: МАУП, 2005. – 234 с.
25. Баздникин А.С. Цены и ценообразование : Учебное пособие.- М.: Юрайт.- Издат., 2008 – 332 с

26. Безкоровайна С.В. Методологія формування цінової політики підприємства //Актуальні проблеми економіки. - 2006. - № 6. - С.31-34.
27. Биншток Ф. И. Ціноутворення. – К.: Либідь, 2007. –187 с.
28. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навч. Посібн. : К.: Центр учбової літератури, 2012р.-480с.
29. Малініна Н.М.Ціни і ціноутворення практикум: навч. пос./Н.М. Малініна, І.В. Причепя, В.В. Кавецький.- Вінниця: ВНТУ, 2015.

30. Нэгл Т.Т., Холден Р.К. Стратегия и тактика ценообразования.- СПб, Питер, 2002. – 544 с.
31. Окландер М.А., Чукурна О.Л., Маркетингова цінова політика Навч. Пос. – К.: центр учбової літератури, 2012р-240с.
32. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. - Л. : Вид-во Львів. комерц. акад., 2013. - 191 с.
33. Полещук И.И., Терешина В.В, Ценообразование Учебник.-Мн.: БГЭУ, 2011. – 303 с.
34. Трансфертне ціноутворення: проблеми та перспективи / В. С. Альошкін // Часопис економічних реформ. - 2013. - № 4. - С. 74-79. - Режим доступу:nbuv.gov.ua/UJRN/Cher_2013_4_14
35. Тимофеева Н. Я. Проблемы ціноутворення в Україні / Н. Я. Тимофеева // Управління розвитком . - 2014. - № 1. - С. 81-82. - Режим доступу:nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_1_35

