

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

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТУ, ЕКОНОМІКИ ТА ФІНАНСІВ

Кафедра фінансів, банківської і страхової справи

Затверджую:
Директор ННІМЕФ

_____ 2019 р.

Схвалено на засіданні кафедри фінансів,
банківської і страхової справи

Протокол № _____ від “_” _____ 2019р.
Завідувач кафедри _____ О.І. Дачій

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«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 3

Семестр шостий

Обсяг в кредитах ЄКТС/Всього годин: 4/120 за навчальним планом
(від січень 2017р.):

- лекції(Л) 34
- семінарські (С) 26
- практичні заняття (ПЗ) _____
- лабораторні заняття (ЛЗ) _____
- самостійна робота студентів (СРС) 60

Робоча навчальна програма складена на основі навчальної програми дисципліни “Ціноутворення”, підготовленої проф. МКА Філіною Г.І. та затвердженої на засіданні кафедри фінансів, банківської і страхової справи (протокол № _____ від _____ 2019 р.).

Розробник робочої програми навчальної дисципліни: професор МКА Філіна Г.І.

Київ МАУП-2019

I. МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета вивчення дисципліни – формування у студентів комплексу знань з теоретичних та методологічних основ ціноутворення, оволодіння ними прийомами розробки цінової політики і стратегії, методами розрахунків внутрішніх, зовнішньоторговельних, світових, оптових і роздрібних цін, цін міжнародних контрактів та ін.

Завдання дисципліни: засвоєнні студентами системних знань щодо політики формування цін, показу взаємозв'язку ціноутворення з іншими елементами маркетингової політики фірми.

Предмет дисципліни – відносини, що виникають у процесі формування цін на продукцію та послуги підприємств.

Статус дисципліни – за вибором.

Місце навчальної дисципліни освітній програмі. Вивчення дисципліни «Ціноутворення» базується на знанні дисциплін “Фінанси”, “Фінанси підприємств”, “Гроші і кредит”, “Фінансовий менеджмент”, “Фінансовий аналіз”.

II. КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Знання та вміння, що формуються під час вивчення дисципліни.

В результаті вивчення дисципліни «Ціноутворення» студент повинен оволодіти теоретичними знаннями щодо:

- загальної характеристики системи цін, їх основних видів та функцій;
- складу ціни та формування її елементів – концепцій та методів ринкового ціноутворення;
- особливостей установаження цін на зовнішньому ринку;
- методології розробки цінової політики та стратегії підприємства;
- цілей та методів державного регулювання цін, його впливу на економічні процеси;
- особливостей ціноутворення у галузях матеріального виробництва та у сфері послуг.

Передумови для вивчення дисципліни

Методична основа дисципліни «Ціноутворення» своєю основою має сучасні економічні теорії та вартісні та неwartісні концепції ціни, теоретичні основи формування системи цін в економіці та на окремому підприємстві, методичні основи "ціннісного та витратного" ціноутворення.

III. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Після вивчення дисципліни студент повинен уміти:

- застосовувати на практиці знання щодо формування цінової політики і стратегії підприємства;
- знати інструментарій, потрібний для виробки ефективних цінових рішень.
- обирати методи ціноутворення в залежності від ринкових умов, сфери і цілей діяльності підприємства;
- ефективно використовувати ці методи на практиці.

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.

Таблиця 1

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 тріступеневого 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		
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12						
Бали за модуль	15-20			15-20			15-25				15-25		60	85	15	100		
Теми/ типи контролю																		
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 ціноутворенню і проводиться з метою оцінки навчальних досягнень студентів в оволодінні методами ціноутворення 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 управління цінами підприємства. 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 дисципліною.

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 підприємств 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.

УІ. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 3

Структура навчальної дисципліни

№	Курс 3 Семестр 6	Кількість годин, з них:						Пр им іт- ка
	Всього годин у семестрі 108	лек ції (Л)	сем і нар. зан. (СЗ)	пра кт. лаб. зан. (ПЗ , ЛЗ)	інд. - кон с. роб . (К Р)	сам роб сту д. (СР С)	фор ма кон т- рол ю	
	Теми							
	Модуль І. Теоретичні основи ціноутворення							
1.	Ціна і її сутність, функції цін в економіці	4		2		6	У	
2.	Принципи ринкового ціноутворення	4		2		4	У, ПК	
3.	Ціноутворення на ринках різних типів	4		2		6	У, ПК	
4.	Система цін	6		2		6	У	
	Модуль ІІ. Структура ціни							
5.	Витрати у структурі ціни виробництва	4		2		6	У, Т	
6.	Прибуток у структурі ціни виробництва	4		2		6	У, Т	
7.	Структура ціни реалізації та її розрахунок	4		2		6	У	
	Модуль ІІІ. Цінова політика підприємства							
8.	Державне регулювання цін в ринковій економіці	4		2		6	У, ПК	
9.	Цінова політика підприємства	6		2		6	У, ПК	
10.	Цінова стратегія підприємства на ринку	6		2			К	

	Модуль ІV. Методи встановлення цін – теми						
11.	Методи встановлення цін	8		2		6	КР
12.	Життєвий цикл товару на ринку	2		2		6	У, ПК
13.	Встановлення цін на експортну продукцію	4		2		6	У
	Всього годин - 144	34		26		60	

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 І. Теоретичні основи ціноутворення (теми 1-4)

Вартість товару і її грошове вираження. Індивідуальна і суспільна вартість товару. Закон цін. Відхилення ціни від вартості і фактори, що спричиняють відхилення. Економічна вартість як основа ціни реалізації (ринкової ціни). Функції цін в ринковій економіці: облікова, балансування попиту та пропозиції, стимулююча, розподільча, оптимізації розміщення виробництва.

Закон попиту. Закон пропозиції. Формування ціни ринкової рівноваги. Графічне зображення ціни ринкової рівноваги. Фактори, що впливають на розмір ціни (зовнішні та внутрішні). Врахування зовнішніх і внутрішніх факторів маркетингового середовища при встановленні цін. Принцип обґрунтованості ціни. Принцип гнучкості ціноутворення у забезпечення пристосування ціни до умов ринку.

Дослідження ринку при встановленні цін: кон'юнктура і конкурентність ринку. Фактори, що впливають на тип ринку за ознакою ступеню

конкурентності. Залежність ціноутворення від конкурентності ринку збуту: між можливістю реалізовувати самостійну цінову політику до орієнтації на рівень ринкових цін. Особливості ціноутворення на ринку вільної конкуренції, на ринку монополістичної конкуренції, на олігополістичному ринку, на монополістичному ринку.

Види цін за різними ознаками класифікації: за сферою обігу, за галузевою приналежністю, за часом дії, за правом встановлення, за врахуванням умов поставки, за використанням в обліку та статистиці. Принципи диференціації цін. Диференціація цін за географічним принципом формування та за споживачами. Включення базової умови реалізації товару в ціну (види франко в ціні) згідно з ІНКОТЕРМС. Ціни планових розрахунків. Контрактні ціни. Довідкові ціни. Знижки і надбавки до цін, їх призначення, розрахунок та основні види.

Модуль II. Структура ціни (теми 5-7)

Собівартість продукції : сутність і класифікація витрат за різними ознаками. Калькулювання собівартості по елементах витрат і по статтях витрат. Розподіл собівартості продукції на прямі і непрямі витрати. Прямі (змінні) витрати і їхній склад. Непрямі (умовно-постійні) витрати, їхній склад. Визначення загального розміру умовно-постійних витрат по підприємству в цілому і в одиниці продукції згідно прийнятої бази розподілу (прямим витратам, прямим матеріальним витратам, прямій заробітній платі з нарахуваннями). Норматив умовно-постійних витрат у ціні.

Поняття прибутку. Необхідний (цільовий) прибуток для забезпечення конкурентоздатності підприємства. Визначення загального розміру необхідного (цільового) прибутку для підприємства методом прямого розрахунку річних планових грошових фондів підприємства, які утворюються з прибутку, та методом цільової дохідності капіталу. Розподіл загального цільового прибутку в ціну одиниці продукції. Норматив прибутку в ціні одиниці продукції. Загальна схема розрахунку ціни виробництва продукції

(послуг). Визначення мінімального та оптимального обсягу виробництва і обсягу реалізації на основі методу розрахунку порогу беззбитковості.

Відпускна ціна виробника. Податки в цінах: ПДВ, акцизний збір. Ціна реалізації оптової торгівлі. Націнка оптової торгівлі (збутова націнка) і її структура. Структура роздрібною ціни. Націнка роздрібною торгівлі (торгова націнка) і її структура.

Модуль III. Цінова політика підприємства (теми 8-10)

Необхідність і задачі державного регулювання цін. Повноваження органів влади в регулюванні цін. Область державного регулювання цін у ринковій економіці і її залежність від стабільного розвитку господарства країни. Прямі і непрямі методи державного регулювання цін. Методи прямого регулювання цін: фіксовані ціни, регулювання рівня рентабельності і розміру ціни, обмеження торгової націнки, декларування цін. Бюджетно-фінансові методи непрямого регулювання цін. Законодавча основа державного регулювання цін в Україні. Розподіл повноважень по встановленню цін між органами виконавчої влади. Державний контроль за цінами.

Сутність цінової політики підприємства. Принципи цінової політики. Гнучкість цінової політики підприємства. Пасивна й активна цінова політика підприємства. Види цінової політики підприємства: диференційованого ціноутворення, конкурентного ціноутворення, асортиментного ціноутворення, трансфертного ціноутворення. Цінова політика як елемент маркетингової політики підприємства. Поточне (оперативне) регулювання цін - цінова тактика підприємства на ринку. Методи цінового реагування на поточну ринкову ситуацію.

Цілі цінової політики підприємства, їх зв'язок з маркетинговими цілями підприємства на ринку. Основні види цінових цілей підприємства: забезпечення виживання підприємства на ринку; забезпечення довгострокової прибутковості підприємства; максимізація прибутку на довгостроковому чи короткостроковому часовому інтервалі; збільшення обсягу продажу;

завоювання нового ринку збуту; досягнення цінового лідерства. Вибір цінової стратегії підприємства по кожному виду товару. Основні цінові стратегії підприємства на ринку.

Модуль ІУ. Методи встановлення цін (теми 11-13)

Методи встановлення цін відповідно до цілей цінової стратегії підприємства на ринку. Витратне і "ціннісне" (маркетингове) ціноутворення. Методи витратного ціноутворення: методи надбавок на основі повних витрат виробництва і різних підходів до визначення цільового прибутку; метод „система стандарт-кост”; метод варіантного розрахунку ціни на основі беззбитковості та забезпечення цільового прибутку. „Ціннісні” методи ціноутворення: метод споживчої оцінки (з орієнтацією на попит); метод орієнтації на рівень поточних ринкових цін; метод наслідування лідера; метод визначення маржинального прибутку (на основі калькулювання лише прямих витрат). Сутність нормативно-параметричного ціноутворення. Параметричний ряд продукції. Нормативно-параметричні та параметричні методи встановлення ціни.

Поняття життєвого циклу товару на ринку (ЖЦТ) і його графічне зображення. Стадії ЖЦТ на ринку : розробка товару, виведення товару на ринок, ріст обсягу продажу, насичення ринку товаром, спад обсягів продажу. Встановлення ціни на кожній стадії ЖЦТ в залежності від обраної цінової стратегії. Цінова і нецінова конкуренція.

Структура (елементи) цін експорту та імпорту. Фактори, що впливають на рівень цін експорту. Аналіз рівня експортної ціни: витрати виробництва, рентабельність, ціни в країні - імпортері. Застосування методу поправок при встановленні експортної ціни. Роль антидемпінгового законодавства в захисті національного виробника. Індикативні ціни: призначення і методи встановлення.

6.1. ПЛАНИ ЛЕКЦІЙ

Лекція 1

Тема 1. Ціна і її сутність, функції цін в економіці.

1. Економічна сутність ціни. Закон цін.
2. Економічна вартість як основа ціни реалізації.
3. Функції цін в ринковій економіці

Література : 11, 21,22.

Лекція 2

Тема 2. Принципи ринкового ціноутворення

1. Закони попиту та пропозиції
2. Зовнішні і внутрішні фактори, що формують ціну
3. Принципи ринкового ціноутворення

Література: 13, 18, 19, 21

Лекція 3

Тема 3. Ціноутворення на ринках різних типів

1. Дослідження ринку для цілей ціноутворення
2. Типи ринків за ступенем конкурентності
3. Особливості ціноутворення на ринку вільної конкуренції
4. Особливості ціноутворення на ринку монополістичної конкуренції
5. Особливості ціноутворення на олігополістичному ринку
6. Особливості ціноутворення на монопольному ринку.

Література: 14,15, 17,21, 22

Лекція 4

Тема 4. Система цін.

1. Види цін за різними ознаками класифікації.
2. Зміст диференціації цін
3. Умови поставки в цінах
4. Знижки і надбавки до цін, їх призначення та розрахунок

Література: 14,1 7,1 9,21

Лекція 5

Тема 5. Витрати в структурі ціни виробництва.

1. Собівартість продукції : сутність і класифікація витрат
2. Калькулювання собівартості
3. Сутність змінних та постійних витрат

Література: 11, 14, 17,20, 21,22

Лекція 6

Тема 6. Прибуток у структурі ціни виробництва.

1. Поняття необхідного (цільового) прибутку
2. Методи визначення цільового прибутку в ціні
3. Визначення мінімального та оптимального обсягу виробництва і обсягу реалізації

Література: 11, 14, 17,20, 21,22

Лекція 7

Тема 7. Структура ціни реалізації і її розрахунок.

1. Структура відпускної ціни виробника
2. Податки в цінах
3. Націнка оптової торгівлі (збутова націнка) і її структура.
4. Націнка роздрібною торгівлі (торгова націнка) і її структура.

Література: 14,17,19, 22

Лекція 8

Тема 8. Державне регулювання цін у ринковій економіці.

1. Необхідність і задачі державного регулювання цін.
2. Повноваження органів влади в регулюванні цін.
3. Методи прямого регулювання цін.
4. Бюджетно-фінансові методи непрямого регулювання цін.
5. Державний контроль за цінами.

Література: 1-10, 14, 15, 17, 22

Лекція 9

Тема 9. Цінова політика підприємства.

1. Сутність та принципи цінової політики підприємства.
2. Види цінової політики підприємства.
3. Поточне (оперативне) регулювання цін.

Література: 13, 15, 18,22

Лекція 10

Тема 10. Цінова стратегія підприємства на ринку.

1. Цілі цінової політики підприємства.
- 2 Основні цінові стратегії підприємства на ринку.

Література: 13, 15, 18,22

Лекція 11

Тема 11. Методи встановлення цін.

1. Витратне і "ціннісне" (маркетингове) ціноутворення.
2. Методи витратного ціноутворення
3. „Ціннісні” методи ціноутворення
4. Сутність нормативно-параметричного ціноутворення

Література: 11, 18, 21, 22

Лекція 12

Тема 12. Життєвий цикл товару на ринку.

1. Поняття життєвого циклу товару на ринку (ЖЦТ)
2. Встановлення ціни на кожній стадії ЖЦТ.
3. Цінова і нецінова конкуренція

Література: 19, 22

Лекція 13

Тема 13. Встановлення цін на експортну продукцію.

1. Структура цін експорту та імпорту.
2. Фактори, що впливають на рівень цін експорту.
3. Методика встановлення експортної ціни.

Література: 18,22

6.2. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Семінарське заняття 1

Тема 1. Теоретичні основи ціноутворення

1. Практичне завдання: рольова гра, як засіб ознайомлення з сутністю ціни та її місці в системі вартостних економічних категорій.
 2. Принципи ринкової економіки і аспекти ринкового ціноутворення.
 3. Фактори, що впливають на ціну.
 4. Функції цін і їх економічний зміст.
 5. Види цін та товарів.
- Література: 1,2,3,4,5,9).

Семінар 2

Тема 2. Система цін

1. Світовий ринок: сутність, поглиблення спеціалізації та кооперування світового ринку.
2. Світові ціни та класифікація.
3. Транспортний фактор в світовій торгівлі. Правила «ІНКОТЕРМС - 2000».
4. Рішення задач по темі «Підприємство і ринок», використовуючи «Методичні Література: 1,2,3,4,5,9,12).

Семінар 3

Тема 3. Структура ціни

1. Економічні проблеми та економічні рішення. Ціна вибору.
 2. Механізм застосування рішень в ринковій економіці.
 3. Попит та пропозиція. Еластичність попиту та пропозиції.
- Література: основна (1,2 3,4,5,6).

Література: 1,2,3,4,5,9)12).

Семінар 4

Тема 4. Методичні основи ринкового ціноутворення

2. Етапи побудови ціни.
 3. Види цінової політики і їх характеристика.
 4. Аналіз беззбитковості та забезпечення цільового прибутку.
 5. Встановлення кінцевої ціни.
- Література (2, 14, 26)

Тема 5. Склад ціни

1. Фактори, що впливають на рівень витрат в цінах.
 2. Класифікація витрат в цінах.
 3. Склад та структура ціни.
- Література (3,4,5,6,7,8,9,10).

Семінар 5

Тема 5. Державне регулювання та контроль цін

1. Сутність, призначення, цілі державної політики цін.
 2. Пряме та економічне регулювання цін.
 3. Методи державного регулювання цін.
 4. Державний контроль цін.
 5. Досвід державного регулювання цін в промислово розвинених країнах.
- Література: (3,4,5,7,9,12).

Семінар 6

Тема 6. Ціноутворення в зовнішньоекономічному комплексі (1 година).

1. Система національних і зовнішньоторговельних цін на експортні та імпорتنі товари.
 2. Індикативні ціни.
 3. Вплив податкової політики на ціноутворення в зовнішньоекономічному комплексі.
 4. Базові умови контрактів.
 5. Закономірності ціноутворення на світових торговельних ринках.
- Література: (2,3,4,5,9,11,12).

Семінар 7

Тема 7. Ціноутворення в машинобудівному комплексі (1 година)

1. Особливості ціноутворення в машинобудівництві.
 2. Етапи розрахунку ціни на продукцію машинобудівництва.
 3. Параметричні методи обґрунтування оптових цін на продукцію машинобудівництва.
 4. Баловий метод обґрунтування цін на продукцію машинобудівництва.
- Література: (3,4,5,9,10,11,12).

6.3.ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Питання що виносяться на самостійне вивчення

Самостійно студентами вивчаються з складанням конспекту наступні розділи за темами

Тема 1

Зовнішні і внутрішні фактори, що формують ціну

Тема 2.

Характеристика ринків по рівню конкуренції.

Тема3.

Характеристика типів ринків для цілей ціноутворення

Тема 4.

Види цін за різними ознаками класифікації.

Сутність індикативних цін та області їх застосування

Визначення надбавок та знижок до оптової ціни з урахуванням розміру економічного ефекту.

Тема 5

Середні витрати та їх місце в аналізі витрат.

Нормативи накладних витрат в ціні

Тема 6

Поняття необхідного прибутку

Рентабельність планова в ціні

Тема 7

Структура роздрібною ціни

ПДВ у структурі ціни

Тема 8.

Державний контроль за цінами.

Сутність, призначення і цілі державного регулювання цін.

Методи державного регулювання цін.

Пряме та економічне регулювання цін.

Тема 9.

Види цінової політики підприємства

Тема 10

Поточне (оперативне) регулювання цін.

Тема11

Переваги та недоліки витратного ціноутворення

Параметричне ціноутворення

Тема 12.

Цінова і нецінова конкуренція

Стратегії ціноутворення на кожній стадії життєвого циклу товару

Тема 13

Вплив митної політики на ціноутворення в зовнішньоекономічному комплексі.

Ціни в механізмі керування зовнішньоекономічним комплексом.

6.4 ТЕМИ РЕФЕРАТІВ

+Економічна сутність ринкової ціни. Закони попиту та пропозиції.

1. Фактори формування рівня ринкової ціни.
2. Структура ціни виробництва, відпускної ціни виробника, ціни оптової та роздрібною торгівлі.
3. Залежність ціноутворення виробника від типу конкурентності ринку
4. Класифікація цін за їх видами.
5. Законодавство України про ціноутворення. Державний контроль за цінами.
6. Методи розрахунку собівартості продукції по прямих та повних витратах.
7. Визначення цільового прибутку та включення прибутку в ціну.
8. Податки у структурі ціни.
9. Надбавки торгівлі у структурі ціни, їх призначення та склад.
10. Види надбавок до ціни виробника за якість товару та їх розрахунок.
11. Цілі та види цінової політики підприємства.
12. Цінова тактика підприємства на ринку при визначенні ціни продажу.
13. Основні цінові стратегії підприємства.
14. Етапи розробки цінової політики підприємства.
15. Сутність витратного ціноутворення.
16. Сутність "ціннісного" ціноутворення з орієнтацією на ринковий попит.
17. Методи витратного ціноутворення.
18. Методи ціноутворення з орієнтацією на попит споживачів
19. Методи ціноутворення "директ-кост" та "стандарт-кост".
20. Включення умов поставки в контрактну ціну.
21. Види контрактних цін та розрахунок ціни виконання контракту.
22. Особливості ціноутворення на різних стадіях життєвого циклу товару.
23. Методи встановлення біржової, аукціонної та тендерної ціни.

- 24.. Параметричний ряд продукції та методи нормативно - параметричного ціноутворення.
25. Види знижок до цін та їх розрахунок.
26. Сутність цінової та нецінової конкуренції
27. Структура експортної ціни. Аналіз інформації для розрахунку експортної ціни

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.

УІІ. 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/гт	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 ціноутворення		
1.	Ціна і її сутність, функції цін в економіці	Усний контроль знань студентів та тестові завдання протягом семінарського заняття.

2.	Принципи ринкового ціноутворення	Усний контроль знань студентів протягом семінарського заняття. Міні-контрольна
3.	Ціноутворення на ринках різних типів	Усний контроль знань студентів та тестові завдання протягом семінарського заняття.
4.	Система цін	Усний контроль знань студентів та тестові завдання протягом семінарського заняття.
Змістовий модуль 2. Структура ціни		
5.	Витрати у структурі ціни виробництва	Усний контроль знань студентів протягом практичного заняття.
6.	Прибуток у структурі ціни виробництва	Усний контроль знань студентів протягом семінарського заняття.
7.	Структура ціни реалізації та її розрахунок	Усний контроль знань студентів протягом семінарського заняття.
Змістовий модуль 3. Цінова політика підприємства		
8.	Державне регулювання цін в ринковій економіці	Вибіркова перевірка знань студентів по питанням, передбачених до самостійного вивчення.
9.	Цінова політика підприємства	Усний контроль знань студентів та тестові завдання протягом семінарського заняття.
10.	Цінова стратегія підприємства на ринку	Вибіркова перевірка знань студентів по питанням, передбачених до самостійного вивчення.
	Модуль IV. Методи встановлення цін – теми	
11.	Методи встановлення цін	Усний контроль знань студентів та тестові завдання протягом семінарського заняття.
12.	Життєвий цикл товару на ринку	Усний контроль знань студентів та тестові завдання протягом семінарського заняття.
13.	Встановлення цін на експортну продукцію	Вибіркова перевірка знань студентів по питанням, передбачених до самостійного вивчення.
Кінцевий контроль		Проведення аудиторної контрольної роботи за результатами вивчення модулів 4, в т.ч. включаючи вирішення задач, наведених в Навчальній програмі дисципліни
		Іспит/Залік

Перелік питань до підсумкового контролю

1. Вартісна основа ціни і відхилення цін від вартості

2. Зміст закону цін і його значення в економіці.
3. Закон попиту у ринковій економіці.
4. Закон пропозиції у ринковій економіці.
5. Сутність коефіцієнта еластичності попиту по ціні.
6. Сутність коефіцієнта еластичності пропозицій по ціні.
7. Формування ціни ринкової рівноваги і її графічне зображення.
8. Облікова функція ціни в економіці
9. Стимулююча функція ціни в економіці
10. Розподільча функція ціни в економіці
11. Функція ціни збалансування попиту та пропозиції
12. Функція ціни оптимізації розміщення виробництва
13. Зовнішні маркетингового середовища, що впливають на рівень цін.
14. Внутрішні фактори маркетингового середовища, що впливають на рівень цін.
15. Вплив фактора конкурентності ринку на встановлення ціни реалізації
16. Особливості ціноутворення на ринку вільної конкуренції
17. Особливості ціноутворення на ринку монополістичної конкуренції
18. Особливості ціноутворення на олігополістичному ринку
19. Особливості ціноутворення на монополістичному ринку
20. Класифікація цін в залежності від сфери обігу, за галузевою приналежністю та строком дії
21. Контрактні ціни: тверді, ковзаючі, ступінчасті, фіксовані на певну дату.
22. Ціни біржової торгівлі.
23. Ціни аукціонної торгівлі
24. Сутність тендерного ціноутворення
25. Включення в ціни умов поставки продукції. Міжнародна система франкування продукції ІНКОТЕРМС
26. Сутність, цілі і види диференціації цін.
27. Сутність собівартості продукції. Собівартість товарного випуску. Собівартість одиниці продукції.

28. Структура собівартості за економічними елементами, сфера застосування.
29. Структура собівартості за калькуляційними статтями.
30. Структура собівартості за змінними та умовно-постійними витратами
31. Склад змінних (прямих) витрат
32. Склад умовно-постійних (накладних) витрат
33. Включення умовно-постійних витрат в ціну у вигляді нормативу непрямих витрат в одиниці продукції.
34. Поняття необхідного (цільового) прибутку підприємства.
35. Визначення розміру необхідного (цільового) прибутку для підприємства в цілому методом прямого розрахунку.
36. Визначення розміру необхідного (цільового) прибутку для підприємства в цілому методом дохідності капіталу підприємства розрахунку.
37. Метод включення прибутку в ціну пропорційно собівартості одиниці продукції
38. Поняття маржинального прибутку і його використання в ціноутворенні.
39. Поняття базової (планової) ціни та ціни реалізації
40. Структура ціни виробництва та відпускної ціни виробника
41. Структура ціни оптової торгівлі.
42. Структура роздрібною ціни.
43. Податкова система і її зв'язок з ціноутворенням. Включення в ціну виробництва податків та платежів до державних позабюджетних фондів.
44. Включення у відпускну ціну виробника акцизу та ПДВ
45. Призначення та склад націнки оптової і роздрібною торгівлі до ціни закупівлі товару.
46. Державне регулювання націнок торгівлі.
47. Визначення мінімального обсягу виробництва та мінімального обсягу реалізації на основі розрахунку порогу беззбитковості.

- 48.Визначення оптимального для підприємства обсягу виробництва та оптимального обсягу реалізації на основі розрахунку порогу безбитковості та цільового прибутку
- 49.Значення аналізу ринку збуту при встановленні базової ціни
- 50.Послідовність аналізу і прийняття рішень від розробки базової ціни до встановлення ринкової ціни реалізації (етапи встановлення ціни реалізації)
- 51.Поняття та значення гнучкості ціноутворення в ринковій економіці
- 52.Знижки і надбавки до цін: призначення, основні види, розрахунок
- 53.цінові знижки за обсяг купівлі товару, сезонні, бонусні, прогресивні (за обсяг контракту)
- 54.Надбавки до цін: призначення, основні види
- 55.Розрахунок надбавки до ціни
- 56.Законодавство України в області ціноутворення.
- 57.Необхідність державного регулювання цін у ринковій економіці.
- 58.Зміст і цілі державної політики в області ціноутворення
- 59.Державне регулювання цін на промислову продукцію та сировину
- 60.Державне регулювання цін на споживчі товари та послуги населенню
- 61.Сутність непрямих (економічних) методів державного регулювання цін.
- 62.Державне регулювання цін методами податкової та кредитної політики

- 63.Прямі методи державного регулювання цін: фіксовані та регульовані ціни, декларування цін, пряме регулювання цінової поведінки виробника.
- 64.Методи регулювання цін державою
- 65.Регулювання цін монополістів методом декларування ціни
- 66.Поняття внутрішнього та зовнішнього демпінгу

- 67.Антимонопольне законодавство України та його роль в державному регулюванні цін

68. Повноваження державних органів по встановленню цін по рівнях органів влади.
69. Природні монополії і контроль за цінами на їхню продукцію (послуги).
70. Здійснення державного контролю за цінами: об'єкт контролю, основні напрямки.
71. Цілі, задачі, і фактори, що визначають вид цінової політики окремого підприємства.
72. Основні види цінової політики підприємства.
73. Складові цінової політики підприємства: цінова стратегія та цінова тактика.
74. Вплив зовнішнього і внутрішнього середовища маркетингу на цінову стратегію підприємства.
75. Цілі цінової стратегії підприємства : взаємозв'язок з цілями стратегічного маркетингу та основні види цінових цілей.
76. Обґрунтування вибору підприємством цінової стратегії по кожному товару.
77. Основні види цінових стратегій підприємства на ринку
78. Цінові стратегії виведення нового товару на ринок
79. Поняття життєвого циклу товару.
80. Зміна стратегії ціноутворення в залежності від стадії життєвого циклу товару.
81. Сутність витратного підходу до ціноутворення
82. Витратні методи на основі повної собівартості та цільового прибутку (методи „надбавок”)
83. Сутність „ціннісного” ціноутворення, орієнтованого на ринковий попит
84. Економічна ефективність „ціннісного” ціноутворення та особливості його застосування
85. Метод встановлення ціни з орієнтацією на попит споживачів (споживчої оцінки).

86. Метод встановлення ціни по прямих витратах.
87. Сутність та область застосування методів нормативно-параметричного ціноутворення.
88. Сутність і методи цінової і нецінової конкуренції.
89. Фактори, що впливають на рівень експортної ціни.
90. Структура експортної ціни та її залежність від контрактних умов

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 ціноутворення				
1.	Ціна і її сутність, функції цін в економіці		Семінар – дискусія	
2.	Принципи ринкового ціноутворення		Кейс	
3.	Ціноутворення на ринках різних типів	Презентація		
4.	Система цін	Презентація		
З/модуль 2. Структура ціни				

5.	Витрати у структурі ціни виробництва		Кейс	
6.	Прибуток у структурі ціни виробництва		Семінар – дискусія	
7.	Структура ціни реалізації та її розрахунок	Участь студентів в проведенні лекції	Обговорення питань семінару в робочих групах	Інтернет-звіти студентів по нормативній базі
З/ модуль 3. Цінова політика підприємства				
8.	Державне регулювання цін в ринковій економіці		Семінар – дискусія	
9.	Цінова політика підприємства	Презентація		
10.	Цінова стратегія підприємства на ринку		Семінар – дискусія	
З/ модуль 4 . Методи встановлення цін				
11.	Методи встановлення цін		Обговорення питань семінару в робочих групах	
12.	Життєвий цикл товару на ринку	Презентація		
13.	Встановлення цін на експортну продукцію		Семінар – дискусія	

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 22.02.2005 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. Захарченко В. І. Методичні основи регіонального ціноутворення на промислову продукцію [Електронний ресурс] / В. І. Захарченко, Н. М. Андрієнко // Економіка: реалії часу. - 2015. - № 2. - С. 201-206. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch_2015_2_32
9. Іванюта П.В., Лугівська О.П. Управління ресурсами і витратами: навч. посіб. – 2-ге вид. – К.:ЦУЛ, 2011. – 320 с.
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. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення: навч. посіб./ [Мазур О. Є.]. – К.: ЦУЛ, 2011.- 480с.
13. Основи ціноутворення: підруч./ [Ред. Олійник Д.І., Кириченко О.А., , Денисенко М.П.]. – К.: Професіонал, 2009.- 384 с.
14. Цацулин А.Н. Цены и ценообразование в системе маркетинга.-М.: Филинь, 1998.
15. 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. - 191с.
16. Ціноутворення в умовах ринку: навч. посіб. [Літвінов Ю. І., Останкова Л.А., Літвінова Т. М. та ін.]. – К.: ЦУЛ, 2010.- 400 с.
17. Філіна Г.І. Управління витратами та цінами: навч. посіб. / Філіна Г.І. – К.: Персонал, 2008. – 240с.
18. Шевчук Д. А. Ценообразование : учеб. пособие / Д. А. Шевчук.– М. : ГроссМедиа : РОСБУХ, 2008. – 240 с.
19. Шуляк П.Н. Ценообразование: Учебно-практическое пособие. - 12-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2010. - 196 с.

Додаткові

20. Афонін А. С. Ціноутворення в бізнесі. – К.: МАУП, 2005. – 234 с.
21. Базднікин А.С. Цены и ценообразование : Учебное пособие.- М.: Юрайт.- Издат., 2008 – 332 с

22. Безкорвайна С.В. Методологія формування цінової політики підприємства //Актуальні проблеми економіки. - 2006. - № 6. - С.31-34.
23. Биншток Ф. И. Ціноутворення. – К.: Либідь, 2007. –187 с.
24. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навч. Посібн. : К.: Центр учбової літератури, 2012.-480с.
25. Марущак, Володимир Петрович. Державно-правове регулювання: економіка і ціни : монографія / В. П. Марущак, О. В. Юрченко. - Одеса : ВМВ, 2014. - 189 с.
26. Окландер М.А., Чукурна О.Л., Маркетингова цінова політика Навч. Пос. – К.: центр учбової літератури, 2012 -240с.
27. Омецінська І.Особливості формування повної собівартості продукції (робіт, послуг) в управлінському обліку для цілей ціноутворення [Електронний ресурс] / І. Омецінська // Вісник Тернопільського національного економічного університету. - 2018. - Вип. 4. - С. 120-133. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2018_4_13
28. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. - Л. : Вид-во Львів. комерц. акад., 2013. - 191 с.
29. П'ятак І. В. Ціноутворення та фактори впливу на становлення цінової політики [Електронний ресурс] / І. В. П'ятак // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. - 2012. - № 4. - С. 130-134. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vbumb_2012_4_31
30. Полещук И.И., Терешина В.В, Ценообразование Учебник.-Мн.: БГЭУ, 2011. – 303 с.
31. 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
32. Тимофєєва Н. Я. Проблеми ціноутворення в Україні / Н. Я. Тимофєєва // Управління розвитком . - 2014. - № 1. - С. 81-82. - Режим доступу: nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_1_35
33. Чаплінський Ю. Б. Особливості маркетингового ціноутворення на різних типах ринків [Електронний ресурс] / Ю. Б. Чаплінський, С. В. Войцих // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. - 2018. - Вип. 1-2. - С. 84-90. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2018_1-2_13

