

**ВСП «АНАНЬІВСЬКИЙ АГРАРНО – ЕКОНОМІЧНИЙ ФАХОВИЙ
КОЛЕДЖ УМАНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»**

СИЛАБУС

Навчальної дисципліни «Ціноутворення»

спеціальність D5 Маркетинг

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-професійний ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		Денна форма навчання	
Кількість кредитів ECTS -3	Галузь знань - D Бізнес, адміністрування та право	Обов'язкові освітні компоненти, що формують загальні компетентності	
Загальна кількість годин - 90	Спеціальність: D5 Маркетинг	Рік підготовки:	
		5 -й	
		Семестр	
		5 -й	
		Лекції	
		34 год.	
аудиторних – 54 самостійної роботи студента -36	Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр	Практичні, семінарські	
		12 год.	8 год.
		Лабораторні	
		Самостійна робота	
		36 год.	
		Індивідуальні завдання: протягом семестру	
Вид контролю: Залік			
Перелік дисциплін, які мають бути вивчені раніше , перелік раніше здобутих результатів навчання тощо (між предметні зв'язки)	Інформатика , комп'ютерна техніка, математика, економіка, статистика, фінанси		

Навчальна дисципліна «Ціноутворення» є вибірковою компонентною освітньо – професійної програми.

Короткий зміст курсу:

Теоретичні засади ціноутворення в сучасній економіці. Суть, види і функції цін у ринковій економіці. Цінова політика держави. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні. Цінова політика підприємства. Основні ціноутворювальні чинники. Структура ціни і формування її складових. Методи ринкового ціноутворення. Ціни біржової торгівлі. Ціни зовнішнього ринку. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні. Особливості ціноутворення у сільському господарстві.

Метою вивчення дисципліни «Ціноутворення» є формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань і практичних навичок щодо формування та регулювання цін у сучасних ринкових умовах.

Мета курсу (Інтегральна компетентність) - формування системи базових знань і практичних навичок з питань формування цін та розробки цінової політики; вивчення комплексу економічних, політичних, соціальних та психологічних факторів, економічного потенціалу підприємства для здійснення ефективної цінової політики; навчити студентів використовувати наукові засоби та методи визначення цін на продукцію та послуги з урахуванням кон'юнктури, вимог чинних законодавчих та нормативних актів.

Основні завдання дисципліни «Ціноутворення»

- Вивчення теоретичних основ: Розуміння сутності ціни як економічної категорії та її ролі в ринковій економіці.
- Освоєння видів цін: Класифікація цін за сферами обслуговування, методами фіксації та іншими критеріями.
- Вибір методів ціноутворення: Вивчення методів «витрати плюс прибуток», методів на основі попиту, конкуренції тощо.
- Розробка цінових стратегій: Формування стратегій для нових товарів, товарів різного ступеня конкурентоспроможності (стратегії зняття вершків, проникнення на ринок).
- Аналіз факторів впливу: Вивчення внутрішніх (витрати) та зовнішніх (попит, конкуренти) факторів, що впливають на ціну.
- Практичний розрахунок: Вміння розраховувати ціни, застосовувати знижки та націнки, а також управляти ціновою політикою.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач фахової перед вищої освіти повинен набути:

Загальні компетентності:

ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 8. Здатність працювати в команді.

Спеціальні компетентності:

СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності.

СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання:

РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі.

РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і практичних навичок здійснення маркетингової діяльності.

РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу.

РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі.

РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища.

РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети.

РН 14. Вміти працювати самостійно і в команді, нести професійну відповідальність за результати роботи, дотримуватися норм та стандартів професійної етики для досягнення спільної мети.

PH 16. Застосовувати математичний інструментарій для розв'язання прикладних завдань у сфері маркетингу.

PH 18. Застосовувати професійні знання з планування, розроблення і впровадження товарів на ринок з урахуванням зовнішніх і внутрішніх факторів.

Тематичний план

№ теми	Назва розділу, модуля, теми програми	За навчальною програмою			
		всього	з них		
			лекції	практичні семінари	самостійні
1	2	3	4	5	6
	Вступ	2	2	-	-
1	Економічна суть цін та принципи ціноутворення	6	2	-	4
2	Види цін залежно від основних факторів ціноутворення	16	6	4	6
3	Методика розрахунку оптових і роздрібних цін	14	4	4	6
4	Цінова політика підприємства на товарному ринку	8	4	-	4
5	Методи встановлення цін в умовах ринкової економіки	16	6	4	6
6	Цінова політика держави та ціноутворення у різних галузях агропромислового комплексу	16	6	4	6
7	Ціни зовнішнього ринку, особливості їх формування	12	4	4	4
	Всього	90	34	20	36

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
	За 4-бальною шкалою	За 12-бальною шкалою
A	відмінно	10 – 12
B C	добре	7 – 9
D E	задовільно	4 – 6
FX F	незадовільно	3 1-2

Відповідність результатів контролю знань здобувачів фахової перед вищої освіти

Оцін-ка ECTS	Критерії оцінювання	Рівень компетент-ності	Оцінка за національною шкалою	
			екзамен	залік
A	Здобувач фахової перед вищої освіти виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить та опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні обдарування і нахили	Високий (творчий)	відмінно	Зараховано
B	Здобувач фахової перед вищої освіти вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких не значна	Достатній (конструктивно-варіативний)	добре	
C	Здобувач фахової перед вищої освіти вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача: в цілому самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, серед яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
D	Здобувач фахової перед вищої освіти відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень; з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, серед яких є значна кількість суттєвих	Середній (репродуктивний)	задовільно	
E	Здобувач фахової перед вищої освіти володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні			
FX	Здобувач фахової перед вищої освіти володіє матеріалом на рівні	Низький (рецептивно –	незадовільно	не зараховано

	окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	продуктивний)		
X	Здобувач фахової перед вищої освіти володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів			

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

Основна література

- **Аветисова А. О.** Ціноутворення: навч. посіб. — Забезпечує базове розуміння процесів ціноутворення.
- **Мазур О. Є.** Ринкове ціноутворення: навч. посіб. — К.: Центр навчальної літератури, 2012. — 480 с..
- **Литвиненко Я. В.** Маркетингове ціноутворення. — Акцент на методах ціноутворення в маркетингу.
- **Бучнів О. С.** Маркетингове ціноутворення: Навчальний посібник (2023). — Видання для підготовки фахівців, що охоплює сучасні маркетингові підходи.
- **Волошина О. В.** Методичні вказівки до вивчення навчальної дисципліни «Ціноутворення та цінова політика» (2017).
- **Конспект лекцій з дисципліни «Ціноутворення»** — Ресурси вищих навчальних закладів (наприклад, КПІ, ЗНУ).

Електронні ресурси

- Матеріали інституційних репозитаріїв (наприклад, [НУВГП](#)).
- Сайт [Prozorro](#) (для вивчення методів визначення ціни в закупівлях).