ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ФАХОВИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ РІК ЗАСНУВАННЯ - 1966

Відділення менеджменту та маркетингу

ЦК менеджменту та маркетингу

СИЛАБУС

Базова інформація про дисципліну	
Назва дисципліни	**DP043 Цінова політика та ціноутворення / Pricing Policy and Pricing**
Рівень фахової передвищої освіти	Фаховий молодший бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування **D Бізнес. адміністрування та право**
Спеціальність	075 Маркетинг D5 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг
Семестр	5 семестр (9 кл), 3 семестр (11 кл)
Курс	2 (на базі повної загальної середньої освіти) 3 (на базі базової середньої освіти)
Анотація курсу	**Мета**: 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**: вивчення теоретичних засад ціноутворення; методики формування цін та її окремих елементів; сутності методів ринкового ціноутворення; особливостей установлення цін на зовнішньому ринку; методологічних підходів до розробки цінової політики та стратегії підприємства; цілей і методів державного регулювання цін та його впливу на економічні процеси. **Предметом** вивчення дисципліни є закономірності, принципи, методи та механізми ціноутворення, формування цінової політики і стратегії підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринках.
Сторінка курсу в MOODLE	http://78.137.2.119:2929/course/view.php?id=226&notifyeditingon=1
Мова викладання	українська
Лектор курсу	Боровик Тетяна Михайлівна, спеціаліст вищої категорії, викладач методист канали комунікації: СДН «Moodle»: повідомлення в чаті E-mail: boroviktm103@gmail.com
Місце дисципліни в освітній програмі	
Освітньо-професійна програма	075 Маркетинг http://csbc.edu.ua/documents/otdel/mark24.pdf D5 Маркетинг http://csbc.edu.ua/documents/otdel/mark25.pdf

Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів економічних наук, та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб, визначених на відповідних посадах.
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях ЗК4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
Перелік спеціальних компетентностей (СК)	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 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК11. Здатність проводити моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства та врахування його результатів при прийнятті маркетингових рішень. СК12. Здатність до використання знань фундаментальних розділів математики при розв'язуванні задач економічного змісту.
Перелік програмних результатів навчання	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних 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 17. Застосовувати математичний апарат для дослідження економічних явищ та інтерпретувати отримані результати, оцінювати похибку обчислень.
Опис дисципліни	
Структура навантаження на студента	*075 Маркетинг* Загальна кількість годин – 120 Кількість кредитів – 4 Кількість лекційних годин – 30 Кількість практичних занять – 30 Кількість годин для самостійної роботи студентів – 60 (в т.ч. підготовка до іспиту 30 год.)

	Форма підсумкового контролю – іспит *D5 Маркетинг* Загальна кількість годин – 90 Кількість кредитів – 3 Кількість лекційних годин – 22 Кількість практичних занять – 23 Кількість годин для самостійної роботи студентів – 45 (в т.ч. підготовка до іспиту 30 год.) Форма підсумкового контролю – іспит
Методи навчання	Вербальний метод; пояснювально-демонстраційний метод; метод проблемного викладання; репродуктивний метод; робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації).
Зміст дисципліни	
Тема 1. Сутність ціни та ціноутворення	Поняття про ціну та її місце в системі економічних категорій. Ціна як елемент комплексу маркетингу. Функції ціни. Суть процесу ціноутворення. Системи ціноутворення. Етапи процесу ціноутворення. Принципи ціноутворення
Тема 2. Система цін та їх класифікація	Система цін та ознаки покладені в її основу. Параметри системи цін: рівень, структура, динаміка ціни. Основні ознаки класифікації цін. Види цін та їх характеристика.
Тема 3. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні	Сутність, мета та значення державного регулювання цін. Напрями державного регулювання цін в Україні. Способи і методи державного регулювання цін. Державний контроль за регульованими цінами.
Тема 4. Структура ціни та формування її елементів	Склад ціни за структурними елементами. Витрати підприємства як основа формування ціни. Прибуток у структурі ціни. Відпускні, оптові та роздрібні ціни.
Тема 5. Методи ціноутворення	Поняття і класифікація методів ціноутворення. Зміст, переваги та недоліки витратних методів ціноутворення. Методи ціноутворення, які базуються на попиті. Методи ціноутворення з орієнтацією на конкуренцію. Ціноутворення з орієнтацією на максимальний прибуток. Параметричні методи ціноутворення.
Тема 6. Ціноутворення з врахуванням торгових знижок і надбавок	Суть та види цінових знижок. Надбавка до ціни. Вплив знижок на фінансовий стан підприємства. Особливості використання цінових знижок і надбавок у деяких галузях народного господарства
Тема 7. Сутність та види цінової політики підприємства	Сутність та фактори формування цінової політики підприємства. Цілі цінової політики підприємства. Ціноутворення на різних етапах життєвого циклу товару.Етапи реалізації цінової політики підприємства. Види цінової політики.
Тема 8. Стратегії ціноутворення	Поняття цінової стратегії та чинники її вибору. Цілі цінової стратегії. Етапи розробки цінової стратегії. Класифікація цінових стратегій. Цінові стратегії при виведенні на ринок нового товару. Конкурентні цінові стратегії підприємств. Стратегія диференційованих цін. Стратегія встановлення цін за географічним фактором. Стратегії ціноутворення в межах товарної номенклатури

Тема 9. Ціноутворення у зовнішній торгівлі	Цінова політика підприємств на зовнішньому ринку. Види цін у зовнішній торгівлі. Механізм розрахунку зовнішньоторговельних цін. Система поправок до зовнішньоторговельних цін. Митне регулювання ціноутворення
Тема 10. Ціноутворення з урахуванням умов «Інкотермс»	Особливості окремих умов зовнішньоторговельних контрактів. Базисні умови поставки товарів. Міжнародні правила інтерпретації комерційних термінів «Інкотермс». Застосування правил Інкотермс в Україні. Структура «Інкотермс-2020». Порядок відшкодування транспортних витрат при поставці товарів у зовнішній торгівлі
Тема 11. Біржове ціноутворення	Поняття товарної біржі. Види товарних бірж. Біржова угода та її типи. Ціни біржових угод. Сутність, цілі, методи біржового котирування. Основні засади формування цін на біржовому товарному ринку. Хеджування біржових операцій.

Політика дисципліни	
Політика відвідування	Регулярне відвідування всіх видів занять, своєчасність виконання самостійної роботи. За об'єктивних причин студент може отримати індивідуальний графік навчання за погодженням із керівником курсу, завідувачем ЦК та завідувачем відділення.
Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
Академічна доброчесність	У випадку недотримання політики академічної доброчесності (плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво) передбачено повторне проходження оцінювання.
Використання ШІ	Використання ШІ під час виконання завдань регламентується Політикою «Використання ШІ в освітньому процесі ЧДБК» Завдання мають маркування регламенту використання ШІ.
Підсумковий контроль	Іспит

Система оцінювання
Система оцінювання підсумкової успішності студентів поділяється на **поточний контроль** та **семестровий контроль**. **Поточний контроль** здійснюється протягом семестру і охоплює всі види аудиторної роботи (практичні, семінарські заняття) та виконання індивідуальних завдань. Максимальна кількість балів, яку студент може набрати за цей вид контролю, становить 100. **Підсумковий контроль** Відбуватися у формі іспиту Розрахунок підсумкової оцінки: Підсумкова оцінка (О) розраховується як сума балів за роботу в семестрі (**S**) та балів за іспит (**T**), кожен з яких має максимальну вагу 100 балів. Вагові коефіцієнти для обох компонентів

однакові та дорівнюють **0,5**.
Формула: О=(S×0.5)+(Т×0.5)

Накопичування балів з навчальної дисципліни: поточний контроль

Види навчальної роботи	**Загальна кількість балів**
Усні відповіді/виконання практичних завдань на семінарських заняттях (10 тем*5 б)	50
Модульні контрольні роботи (2 к.р.*10 б)	20
Творча робота (моніторинг цін та їх презентація)	10
Розрахункова робота	10
Онлайн-курс на платформі Прометеус	10
Разом	100
Іспит	100

Критерії оцінювання для кожного виду навчальної дисципліни

Критерії оцінювання усних відповідей/виконання практичних завдань на семінарських заняттях:

5 балів – студент демонструє відмінний рівень теоретичних знань та практичних умінь. Повністю і глибоко розкриває зміст питання або завдання, вільно володіє навчальним матеріалом і професійною термінологією, логічно, послідовно та аргументовано викладає думки. Під час виконання практичного завдання правильно застосовує методики, формули, алгоритми, робить самостійні висновки, які свідчать про глибоке розуміння теми та аналітичне мислення.
Відповідь повна, системна, оформлення акуратне, висновки обґрунтовані.

4 бали – студент демонструє високий рівень знань і навичок, повністю розкриває зміст питання або правильно виконує практичне завдання, застосовуючи відповідні методи. Виклад матеріалу логічний і послідовний, із незначними неточностями або пропущеними деталями. Використовує термінологію правильно, відповіді аргументовані, приклади доречні. У практичній частині дотримується послідовності дій, висновки правильні, але не завжди глибоко обґрунтовані.

3 бали – студент демонструє достатній рівень знань, у цілому правильно розкриває питання або виконує завдання, але з неповнотою, неточностями чи порушенням логіки викладення**.** Використовує основні поняття, але іноді помиляється в термінах чи формулюваннях. У практичній частині робить дрібні помилки у розрахунках або висновках, проте демонструє розуміння суті завдання. Висновки сформульовані правильно, але без глибокого аналізу.

2 бали – Студент демонструє посередній рівень знань, орієнтується у темі поверхнево, відповіді неповні або неточні, потребує допомоги викладача для розкриття питання. У практичному завданні допускає суттєві помилки у розрахунках або логіці виконання, порушує послідовність дій. Висновки нечіткі, формальні або не повністю обґрунтовані.

1 бал – Студент демонструє низький рівень знань, не розуміє суті питання або завдання, не володіє основними поняттями й методикою виконання практичного завдання. Відповіді фрагментарні, хаотичні, містять грубі помилки.
Не може самостійно виконати завдання навіть із допомогою викладача**,** висновки відсутні або неправильні**.**

Критерії оцінювання модульних робіт:

№	Завдання	Бали
1	Тести (10 од. по 0,2 бал)	2

2	Теоретичне питання № 1	2
3	Теоретичне питання № 2	2
4	Задача № 1	2
5	Задача № 2	2
	Разом	10

Розкриття теоретичного питання/розв'язання задачі МКР

2 б. – Повне, глибоке та вичерпне розкриття теоретичного питання, розв'язання практичної задачі з дотриманням методики, обґрунтовано висновки..

1,5 б. – Відповідь охоплює основні положення поставленого питання, є логічною та послідовною, але містить незначні неточності або дрібні недоліки. Практичне завдання виконано правильно, але висновки сформульовані не повністю або недостатньо аргументовано**.**

1 б. – Відповідь містить основні положення за поставленим питанням/практичною задачею, але не є повною, має окремі неточності або помилки.

0,5 б. – Відповідь неповна, несистемна**,** містить **суттєві** помилки або прогалини у розумінні теми. Практичне завдання виконане з порушенням методики або містить значні помилки у розрахунках**.** Висновки нечіткі, неповні або відсутні.

Критерії оцінювання індивідуальних робіт (онлайн-курси)

9–10 балів – онлайн-курс пройдено повністю, подано сертифікат, прогрес за пройденим курсом становить 90-100 %, усі обов'язкові модулі й тести виконано коректно та своєчасно.

6–8 балів – онлайн-курс завершено з прогресом 70–89 %, сертифікат подано, більшість модулів виконана, можливі окремі пропуски чи незначні затримки у виконанні завдань.

4–5 балів – онлайн-курс завершено з прогресом 60–79 %, сертифікат або підтвердження про проходження курсу надано, частина модулів виконана з помилками або не завершена вчасно.

0–3 бали – онлайн-курс завершено з прогресом нижче 60 %, сертифікат відсутній, однак надано підтвердження про завершення більшої частини курсу, значна частина модулів не виконана, завдання подані із суттєвим запізненням або не завершені.

Критерії оцінювання творчих робіт (моніторинг цін та їх презентація):

9–10 балів – презентація подана вчасно, виконана у повному обсязі, зміст повністю розкриває тему, матеріал подано логічно й послідовно, слайди структуровані та візуально оформлені відповідно до встановлених вимог, використано ілюстрації, схеми чи приклади для кращого розуміння, доповідь супроводжується впевненим усним поясненням, студент аргументує власні висновки та демонструє вміння працювати з інформацією.

6–8 балів – презентація подана вчасно, тема розкрита здебільшого повно, але можливі незначні неточності або пропуски в змісті, структура в основному логічна, проте є окремі недоліки у послідовності викладу, оформлення переважно відповідає вимогам, усний виступ достатньо впевнений, але аргументація чи висновки місцями поверхові.

4–5 балів – презентація подана із затримкою або виконана частково, матеріал розкриває тему неповністю, є суттєві недоліки у структурі, логіці чи оформленні слайдів, використано мінімум ілюстративного матеріалу, виступ студента невпевнений, аргументація слабка або відсутня, висновки поверхневі чи неповні.

0–3 бали – презентація виконана частково або не відповідає темі, більшість матеріалу подано неправильно чи непослідовно, структура та оформлення не відповідають вимогам, відсутні ілюстрації чи допоміжні матеріали, виступ студента непідготовлений або відсутній, висновки відсутні, порушено терміни подання.

Критерії оцінювання індивідуальних робіт (розрахункової роботи):

9–10 балів – робота подана вчасно, виконана у повному обсязі, всі задачі розв'язані

правильно, розрахунки проведені послідовно й логічно з наведенням необхідних формул, студент упевнено працює з цифровими даними, обґрунтовує отримані результати та формує самостійні висновки, оформлення відповідає встановленим вимогам.
6–8 балів – робота подана вчасно, задачі виконані повністю, проте є окремі помилки у розрахунках або висновках, формули застосовані правильно, розрахунки загалом логічні та послідовні, оформлення здебільшого відповідає вимогам, допускаються несуттєві недоліки.
4–5 балів – робота подана із затримкою або виконана частково, задачі виконані не в повному обсязі та містять грубі помилки у розрахунках, студент допускає суттєві помилки у відтворенні послідовності, логічності дій, формули наводяться частково, висновки поверхневі або відсутні, оформлення має помітні недоліки.
0–3 бали – робота виконана частково або не відповідає завданню, більшість задач розв'язано неправильно, відсутня логіка і послідовність у розрахунках, формули майже не застосовуються, висновки відсутні, оформлення не відповідає вимогам, порушено терміни подання.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ

Бали	Зміст
90-100 відмінно	**Бездоганна підготовка в широкому контексті.** Здобувач виявляє глибокі, системні знання навчального матеріалу, вільно орієнтується в першоджерелах та додатковій літературі, демонструє творчий підхід, аналітичне мислення та здатність застосовувати набуті компетентності в нестандартних ситуаціях.
80-89 дуже добре	**Повні знання, міцні вміння.** Здобувач володіє навчальним матеріалом у повному обсязі, впевнено застосовує практичні навички, вільно виконує передбачені програмою завдання, проте припускається несуттєвих неточностей або незначних помилок при викладенні окремих питань
70-79 добре	**Хороші знання та вміння.** Здобувач грамотно та по суті викладає матеріал, демонструє достатній рівень засвоєння практичних навичок, але припускається деяких неточностей у формулюваннях або має невеликі труднощі під час самостійного виконання складних завдань.
65-69 задовільно	**Задовільні знання, стереотипні вміння.** Здобувач знає основний навчальний матеріал в обсязі, необхідному для подальшого навчання, вирішує завдання за готовим алгоритмом (шаблоном), проте має прогалини в деталях та припускається помилок при самостійних висновках.
60-64 достатньо	**Виконання мінімальних вимог діяльності в стандартних умовах.** Здобувач демонструє засвоєння лише базового рівня матеріалу, спроможний виконувати лише найпростіші завдання в стандартних (знайомих) умовах під керівництвом викладача.
35-59 незадовільно	**Слабкі знання, відсутність вмінь.** Здобувач володіє лише фрагментарними знаннями, не здатний системно викласти матеріал чи застосувати вміння на практиці. Потрібне повторне складання (перескладання) для досягнення мінімального рівня.
1-34 незадовільно	**Необхідний повторний курс.** Здобувач демонструє повну відсутність необхідних знань та вмінь, що унеможливлює складання заборгованості без повторного вивчення навчальної дисципліни

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Євтушенко, Н., Василькова, Н. Цінова політика підприємства в умовах нестабільності. *Економічний простір,* 2025. (197), С. 167-173.
2. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Завадських Г.М. Ціноутворення: курс лекцій. Мелітополь: Люкс, 2020. 193 с.
3. Маркетингове ціноутворення : навчальний посібник / М.М. Бучнєв. Київ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2023. – 134 с.: іл., табл. 6.
4. Макаренко Н.О., Лишенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с.
5. Маркетингова цінова політика : методичні рекомендації до практичних занять з дисципліни / уклад. : О.В. Романенко, С.М. Марченко. – Київ : КНУБА. 28 с.
6. Маркетингове ціноутворення : практикум. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 93 с.
7. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ: Центр учбової літератури. 2020. 284 с.
8. Трансфертне ціноутворення : навчальний посібник / М. О. Скорик, Г. В. Грищук. Ірпінь : Державний податковий університет, 2024. 144 с.
9. Ціни і ціноутворення: Підручник/ За ред. А. В. Непрана, І. А. Дмитрієва. Харків: ПП Іванченка, 2024. 446 с.
10. Ціноутворення : навч. посіб. / Н. М. Матвєєва, Д. О. Серьогіна, Г. А. Жовтяк ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. 135 с.
11. Якубовська Н. Маркетингове ціноутворення: навч. посіб. Рівне: О. Зень, 2023. 127 с.
12. Боровик Т.М., Данилевська Л.С. Цінова політика та ціноутворення. Збірник завдань. Частина І. Черкаси, 2024. 77 с.
13. Цінова політика та ціноутворення. Збірник різнорівневих завдань. Частина І. Черкаси, 2025. 42 с.

ІНТЕРНЕТ РЕСУРСИ

Нормативно-правові документи

1. Бюджетний Кодекс України. Закон України №2456- VI від 08.07.2010. Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17
2. Податковий Кодекс України. Закон України №2755- VI від 02.12.2010. Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text
3. Митний Кодекс України. Закон України № 4495-VI від 13.03.2012. Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17
4. Про ціни і ціноутворення. Закон України № 5007-VI від 21.06.2012. Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text
5. Про захист економічної конкуренції. Закон України. № 2210-III від 11.01.2001 (у редакції від 16.05.2024) URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text

Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс] /Режим доступу: http://www.rada.gov.ua.
2. Офіційний сайт Кабінета Міністрів України [Електронний ресурс]/ Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] /Режим доступу: https://www.ukrstat.gov.ua
4. Офіційний сайт Державної податкової служби України: https://tax.gov.ua/