

**Відокремлений структурний підрозділ  
«Харківський торговельно-економічний фаховий коледж  
Державного торговельно-економічного університету»**

**Циклова комісія економіки, управління та адміністрування**

**ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Ціноутворення**

повна назва навчальної дисципліни

для підготовки  
здобувачів освіти  
ступеня

**фаховий молодший бакалавр**

фаховий молодший бакалавр, молодший бакалавр, бакалавр

курсу

**другого**

курс навчання здобувачів освіти, на якому викладається дисципліна

статус дисципліни

**вибіркова**

обов'язкова/вибіркова

**Харків, 2023 рік**

Розробник:

Руденко Інна Вікторівна, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування, спеціаліст вищої категорії, кандидат економічних наук, доцент

Програму обговорено та схвалено на засіданні циклової комісії економіки, управління та адміністрування, протокол від 01.09.2023 р. № 1 (зі змінами та доповненнями, внесеними протоколом від 12.10.2023 р. № 3).

Голова циклової комісії



Марина МЕЛЬНИЧУК

Програму розглянуто та затверджено на засіданні методичної комісії, протокол від 01.09.2023 р. № 1 (зі змінами та доповненнями, внесеними протоколом від 26.10.2023 р. № 3).

Голова методичної комісії



Олена ЗОЛОТУХІНА

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Предметом** вивчення навчальної дисципліни є умови формування цін та елементи цінової політики підприємства.

**Метою** викладання навчальної дисципліни є формування теоретичних знань і практичних навичок щодо розробки і реалізації цінової політики підприємства й методики формування його стратегії ціноутворення.

Мета навчальної дисципліни «Ціноутворення» визначає такі її **завдання**:

1. Розкрити основні теоретичні концепції щодо визначення цінності товару та його принципів.

2. З'ясувати основи систематизації цін в економіці та можливості їх адаптації цін в умовах ринку.

3. Визначити загальний алгоритм формування цінової політики підприємства і особливості кожного етапу її формування.

4. Проаналізувати фактори впливу на цінову політику підприємства.

5. Розкрити поняття і класифікацію методів ціноутворення, з'ясувати сутність кожного з них.

6. Схарактеризувати етапи розробки цінової стратегії підприємства в залежності від різних факторів.

У результаті вивчення дисципліни здобувач освіти має

**знати:**

- теоретичні основи ціноутворення;
- види цін, їх структуру та функції;
- особливості етапів формування цінової політики;
- основні фактори впливу на рівень та динаміку цін;
- зміст методів ціноутворення;
- види стратегій ціноутворення;

**вміти:**

- визначати цінність товару згідно різних теорій;
- адаптувати ціни на товари в умовах ринку;
- розробляти цінову політику підприємства;
- використовувати цінове сегментування ринку та знижки в ціноутворенні;
- володіти методами розрахунку цін;
- розробляти цінової стратегії в залежності від різних факторів.

## **2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **Тема 1. Теоретичні основи ціноутворення**

Сутність ціни та її основні функції. Основні теоретичні концепції щодо визначення цінності товару. Поняття ціноутворення та його принципи. Види ціноутворення. Ціноутворення як економічний процес. Особливості ринкового механізму ціноутворення.

### **Тема 2. Класифікація та структура цін**

Основи систематизації цін в економіці. Система цін. Класифікація цін в умовах ринку. Ринкові ціни. Склад і структура ціни. Види цін. Адаптація цін в умовах ринку. Регульовані державою ціни. Ціни внутрішнього ринку. Оптові, закупівельні та роздрібні ціни. Світові та зовнішньоторговельні ціни. Трансфертні ціни виробника. Тверді, поточні ціни. Сезонні, ступінчаті, ковзні ціни. Довідникові ціни та ціни фактичних угод. Аукціонні, біржові, тендерні ціни. Цінові індекси.

### **Тема 3. Цінова політика підприємства**

Зміст цінової політики підприємства. Її принципи. Витратний і споживчий підходи до розробки цінової політики. Загальний алгоритм формування цінової політики підприємства. Пасивна та активна цінова політика. Фактори впливу на формування ціни. Етапи формування цінової політики підприємства. Витратне ціноутворення. Ціннісне ціноутворення. Особливості етапів формування цінової політики.

### **Тема 4. Фактори впливу на цінову політику підприємства**

Основні фактори впливу на рівень та динаміку цін. Цінове сегментування ринку, поняття та ознаки. Використання цінового сегментування ринку в ціноутворенні. Поняття цінової дискримінації, її параметри. Знижки як інструмент цінової політики підприємства.

### **Тема 5. Методи ціноутворення**

Поняття і класифікація методів ціноутворення. Зміст витратних методів ціноутворення, їх переваги й недоліки. Сутність методів визначення цін з орієнтацією на попит. Методи ціноутворення з орієнтацією на конкуренцією. Сутність методів ціноутворення з орієнтацією на максимальний прибуток. Загальна характеристика параметричних методів ціноутворення та їх види.

### **Тема 6. Стратегія ціноутворення**

Поняття і етапи розробки цінової стратегії. Збір та аналіз факторів впливу на формування ціни товару. Види стратегій ціноутворення в залежності від різних факторів. Обґрунтування цінової стратегії підприємства. Вибір методу ціноутворення.

**Навчально-методичне забезпечення освітнього компоненту доступне на Порталі навчальних ресурсів Харківського торговельно-економічного фахового коледжу ДТЕУ.**

### 3. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Теми дисципліни	Обсяг у годинах											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		Лк	Сз	Пз	Лз	СРС		Лк	Сз	Пз	Лз	СРС
Тема 1. Теоретичні основи ціноутворення	12	4	–	4	–	4	–	–	–	–	–	
Тема 2. Класифікація та структура цін	14	4	–	4	–	6	–	–	–	–	–	
Тема 3. Цінова політика підприємства	18	6	–	6	–	6	–	–	–	–	–	
Тема 4. Фактори впливу на цінову політику підприємства	18	6	–	6	–	6	–	–	–	–	–	
Тема 5. Методи ціноутворення	14	4	–	4	–	6	–	–	–	–	–	
Тема 6. Стратегія ціноутворення	14	4	–	4	–	6	–	–	–	–	–	
<b>Усього годин / кредитів ECTS</b>	<b>90/3,0</b>	<b>28</b>	<b>–</b>	<b>28</b>	<b>–</b>	<b>34</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	

### 4. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

#### Тема 1. Теоретичні основи ціноутворення

Питання 1. Система цін для окремої підприємницької структури.

Питання 2. Ціноутворення в умовах монополії чи олігополії.

#### Тема 2. Класифікація та структура цін

Питання 1. Сутність біржового котирування.

Питання 2. Поняття трансфертних цін.

#### Тема 3. Цінова політика підприємства

Питання 1. Охарактеризувати чинники ціноутворення.

Питання 2. Економічна сутність поняття еластичності попиту.

#### Тема 4. Фактори впливу на цінову політику підприємства

Питання 1. Інструменти державного регулювання цінової політики підприємств.

Питання 2. Імідж підприємства як фактор впливу на цінову політику.

#### Тема 5. Методи ціноутворення

Питання 1. Різниця методу виробничих витрат (виробничої собівартості) від методу змінних виробничих витрат.

Питання 2. Сутність методу трьох рівнів ціни.

#### Тема 6. Стратегія ціноутворення

Питання 1. Порівняти стратегію цінового лідера та стратегію конкурентних цін.

Питання 2. Розкрити стратегію демпінгових цін, чи можливо її застосування в ринкових умовах.

Організація самостійної роботи здобувачів освіти регламентується Положенням про самостійну роботу здобувачів освіти у ВСП «Харківській торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету».

## 5. ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Для визначення рівня засвоєння здобувачами освіти навчального матеріалу використовуються такі форми оцінювання та схема розподілу балів:

№	Рейтингові оцінки	Максимальні бали
<b>1</b>	<b>Поточний контроль</b>	<b>60</b>
1.1	<i>Тема 1 Теоретичні основи ціноутворення</i>	
	Опрацювання лекційного матеріалу	3
	Виконання практичних завдань	4
	Тестування	6
1.2	<i>Тема 2 Класифікація та структура цін</i>	
	Опрацювання лекційного матеріалу	3
	Виконання практичних завдань	4
	Тестування	6
1.3	<i>Тема 3 Цінова політика підприємства</i>	
	Опрацювання лекційного матеріалу	3
	Виконання практичних завдань	4
	Тестування	6
1.4	<i>Тема 4 Фактори впливу на цінову політику підприємства</i>	
	Опрацювання лекційного матеріалу	3
	Виконання практичних завдань	4
	Тестування	6
1.5	<i>Тема 5. Методи ціноутворення</i>	
	Опрацювання лекційного матеріалу	3
	Виконання практичних завдань	5
	Тестування	6
1.6	<i>Тема 6. Стратегія ціноутворення</i>	
	Опрацювання лекційного матеріалу	3
	Виконання практичних завдань	5
	Тестування	6
1.7	Здобутки у неформальній освіті	10
1.8	Робота з викладачем	10
<b>2</b>	<b>Оцінка з дисципліни</b>	<b>100</b>

Форма підсумкового семестрового контролю – залік.

Оцінювання результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за 100-бальною шкалою. Залікова оцінка визначається сумою накопичених у результаті поточного контролю балів. Мінімальна загальна кількість балів для отримання позитивної оцінки з дисципліни – 60.

Організація та проведення контрольних заходів регламентується Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів освіти у ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету».

## **6. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ**

### **Тема 1. Теоретичні основи ціноутворення**

#### **Основні джерела інформації**

1. Про ціни і ціноутворення : Закон України від 21.06.2012 № 5007-VI. Дата оновлення: 09.06.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text>.

2. Макаренко Н. О., Лищенко М. О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навчальний посібник. Буринь : Буринська районна друкарня, 2020. С. 9–21.

#### **Додаткові джерела інформації**

3. Кареба М. І. Ціни та ціноутворення : опорний конспект лекцій. Миколаїв : МДАУ, 2017. С. 6–13.

4. Лисак О. І., Андрєєва Л. О., Болтянська Л. О. Економіка підприємства : навчальний посібник. Мелітополь : Люкс, 2020. С. 61–64.

### **Тема 2. Класифікація та структура цін**

#### **Основні джерела інформації**

1. Про ціни і ціноутворення : Закон України від 21.06.2012 № 5007-VI. Дата оновлення: 09.06.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text>.

2. Макаренко Н. О., Лищенко М. О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навчальний посібник. Буринь : Буринська районна друкарня, 2020. С. 30–42.

#### **Додаткові джерела інформації**

3. Кареба М. І. Ціни та ціноутворення : опорний конспект лекцій. Миколаїв : МДАУ, 2017. С. 19–31.

4. Бурліцька О. П. Маркетингове ціноутворення : опорний конспект лекцій. Тернопіль : ТНГУ імені І. Пулюя, 2019. 43 с.

### **Тема 3. Цінова політика підприємства**

#### **Основні джерела інформації**

1. Про ціни і ціноутворення : Закон України від 21.06.2012 № 5007-VI. Дата оновлення: 09.06.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text>.

2. Кареба М. І. Ціни та ціноутворення : опорний конспект лекцій. Миколаїв : МДАУ, 2017. С. 34–47.

### **Додаткові джерела інформації**

3. Лисак О. І., Андреева Л. О., Болтянська Л. О. Економіка підприємства : навчальний посібник. Мелітополь : Люкс, 2020. С. 72–80.

4. Бурліцька О. П. Маркетингове ціноутворення : опорний конспект лекцій. Тернопіль : ТНГУ імені І. Пулюя, 2019. 43 с.

## **Тема 4. Фактори впливу на цінову політику підприємства**

### **Основні джерела інформації**

1. Про ціни і ціноутворення : Закон України від 21.06.2012 № 5007-VI. Дата оновлення: 09.06.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text>.

2. Макаренко Н. О., Лищенко М. О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навчальний посібник. Буринь : Буринська районна друкарня, 2020. С. 47–54.

### **Додаткові джерела інформації**

2. Кареба М. І. Ціни та ціноутворення : опорний конспект лекцій. Миколаїв : МДАУ, 2017. С. 51–55.

4. Бурліцька О. П. Маркетингове ціноутворення : опорний конспект лекцій. Тернопіль : ТНГУ імені І. Пулюя, 2019. 43 с.

## **Тема 5. Методи ціноутворення**

### **Основні джерела інформації**

1. Про ціни і ціноутворення : Закон України від 21.06.2012 № 5007-VI. Дата оновлення: 09.06.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text>.

2. Макаренко Н. О., Лищенко М. О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навчальний посібник. Буринь : Буринська районна друкарня, 2020. С. 54–67.

### **Додаткові джерела інформації**

2. Кареба М. І. Ціни та ціноутворення : опорний конспект лекцій. Миколаїв : МДАУ, 2017. С. 47–55.

4. Бурліцька О. П. Маркетингове ціноутворення : опорний конспект лекцій. Тернопіль : ТНГУ імені І. Пулюя, 2019. 43 с.

## **Тема 6. Стратегія ціноутворення**

### **Основні джерела інформації**

1. Про ціни і ціноутворення : Закон України від 21.06.2012 № 5007-VI. Дата оновлення: 09.06.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text>.

2. Макаренко Н. О., Лищенко М. О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навчальний посібник. Буринь : Буринська районна друкарня, 2020. С. 67–75.

### **Додаткові джерела інформації**

3. Лисак О. І., Андреева Л. О., Болтянська Л. О. Економіка підприємства : навчальний посібник. Мелітополь : Люкс, 2020. С. 72–80.

4. Бурліцька О. П. Маркетингове ціноутворення : опорний конспект лекцій. Тернопіль : ТНГУ імені І. Пулюя, 2019. 43 с.