

Міністерство освіти і науки України
Сумський національний аграрний університет
Факультет економіки і менеджменту
Кафедра маркетингу та логістики

Робоча програма (силабус) освітнього компонента

Ціни і ціноутворення
(вибірковий)

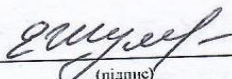
Реалізується в межах освітньої програми

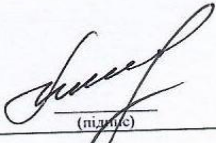
Маркетинг
(назва)

за спеціальністю

075 Маркетинг
(шифр, назва)

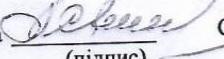
на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти

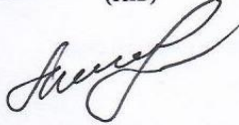
Розробник:  Шумкова Олена Володимирівна, к.е.н., доцент
(підпис) (прізвище, ініціали) (вчений ступінь та звання, посада)


Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри маркетингу та логістики (назва кафедри)	протокол від 26.06.2021 р. № 14
	Завідувач кафедри <u></u> Лишенко М.О. (підпис) (прізвище, ініціали)

Погоджено:

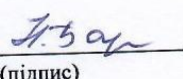
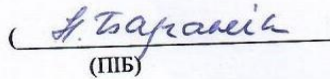
Гарант освітньої програми  Данько Ю.І.
(підпис) (ПІБ)

Декан факультету, де реалізується освітня програма  Строченко Н.І.
(підпис) (ПІБ)

Рецензія на робочу програму(додається) надана: Лишенко М.О.
(ПІБ) 

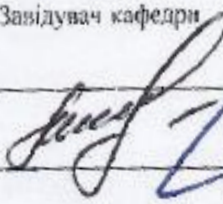

Макаренко Н.О.
(ПІБ) 

Методист відділу якості освіти,
ліцензування та акредитації

 ()
(підпис) (ПІБ)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 10.08. 2021 р.

Інформація про перегляд робочої програми (силабусу):

Навчальний рік, в якому вносяться зміни	Номер додатку до робочої програми з описом змін	Зміни розглянуто і схвалено		
		Дата та номер протоколу засідання кафедри	Завідувач кафедри	Гарант освітньої програми
2022-2023	—	03.06.2022 Протокол №15		

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

1.	Назва ОК	Ціни і ціноутворення		
2.	Факультет/кафедра	Факультет економіки і менеджменту, Кафедра маркетингу та логістики		
3.	Статус ОК	Вибірковий		
4.	Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК для			
5.	ОК може бути запропонований для	075 Маркетинг, 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність		
6.	Рівень НРК	6		
7.	Семестр та тривалість вивчення	7 семестр, 18 тижнів (заочна форма навчання)		
8.	Кількість кредитів ЄКТС	3		
9.	Загальний обсяг годин та їх розподіл (заочна форма навчання)	Контактна робота(заняття)		Самостійна робота
		Лекційні 8	Практичні/ семінарські 6	Лабораторні -
10.	Мова навчання	Українська		
11.	Викладач/Координатор освітнього компонента	К.е.н., доцент Шумкова Олена Володимирівна		
11.1	Контактна інформація	Шумкова О.В., доцент, ауд.214е, E-mail lena_shumkova@ukr.net, години консультацій: 2-й та 4-й вівторок 11.00-12.15		
12.	Загальний опис освітнього компонента	Актуальність вивчення ОК «Ціни і ціноутворення» зумовлено необхідністю прийняття управлінських рішень, пов'язаних з формуванням ціни, витрат підприємства, обсягу реалізації продукції, що у кінцевому рахунку вплине на фінансові результати підприємства. Тому знання правил обґрунтованої цінової стратегії і політики, етапів розробки цін, методів їх встановлення – це питання фінансової стійкості та конкурентоспроможності підприємства, засіб досягнення бажаних фінансово-економічних результатів. На практичних заняттях студенти отримують практичні навички визначати ціну, обирати методи ціноутворення в залежності від ринкових умов, сфери і цілей діяльності підприємства.		
13.	Мета освітнього компонента	Мета ОК «Ціни і ціноутворення» - формування теоретичних знань та практичних навичок з питань формування цін на продукцію підприємства, зокрема розуміння основних засад методики розрахунку цін та аналізу ціноутворюючих чинників.		
14.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	1. Освітній компонент базується на дисциплінах: «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Статистика», «Економіка підприємства». 2. Освітній компонент є основою для вивчення дисциплін «Маркетингове ціноутворення», «Маркетинг промислового підприємства».		
15.	Політика академічної доброчесності	Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу. Списування відповідей (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних робіт, написання не своїх варіантів завдань на контрольних заходах заборонені. Не допускається придбання в інших осіб чи організацій з наступним поданням як власних		

		результатів навчальної та наукової діяльності (рефератів, проєктів, контрольних, розрахункових робіт, тощо). Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача. Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.
16.	Посилання на курс у системі Moodle	Курс «Ціни і ціноутворення» в системі MOODLE. URL: https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=1565

2. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу			Самостійна робота	Рекомендована література
	Аудиторна робота				
	Лк	П.з / семін. з	Лаб. з.		
Тема 1. Сутність ціни як економічної категорії 1. Роль і місце ціни в умовах ринку. Категорії ціни. 2. Функції ціни та основні принципи ціноутворення. 3. Методологія ціноутворення.	2	-		8	1,5,7,8,9,10
Тема 2. Структура ціни та характеристика її основних елементів 1. Склад та структура ціни. 2. Сутність собівартості. 3. Визначення прибутку в ціні. 4. Формування в ціні товарних податків. 5. Посередницькі надбавки (знижки) в ціні.	2	2		6	2,3,9,10,11
Тема 3. Стратегії ціноутворення 1. Види цінових стратегій підприємства. 2. Розробка стратегій ціноутворення.	2	2		6	2,3,4,9,10
Тема 4. Система цін та їх класифікація 1. Сутність системи цін. 2. Класифікація цін.	-	-		6	2,3,4,9,10
Тема 5. Державне регулювання процесу ціноутворення 1. Державне регулювання цін та його основні завдання 2. Антимонопольна діяльність держави	-	-		8	1,5,7,8,9,10
Тема 6. Фактори ціноутворення 1. Кон'юнктура ринку і кон'юнктуруючі фактори 2. Ціна і канали руху товарів. 3. Конкуренція як один із факторів ціноутворення. 4. Вплив споживачів на ціноутворення. 5. Вплив витрат на встановлення цін. 6. Вплив держави на ціноутворення.	2	2		10	2,3,4,5,7,10,11

Тема 7. Методи ціноутворення 1. Послідовність етапів встановлення оптимального рівня ціни на товар. 2. Основні методи встановлення ціни.	-	-		6	2,3,5,10
Тема 8. Особливості ціноутворення в базових галузях економіки 1. Закупівельні ціни на с.-г. продукцію. 2. Ціноутворення у сфері обігу споживчих товарів. 3. Ціноутворення у сфері зовнішньоекономічної діяльності.	-	-		18	2,3,5,7,9,10
Тема 9. Система контролю за цінами 1. Сутність, необхідність і завдання контролю за цінами. 2. Організація контролю за цінами. 3. Об'єкти і методи контролю за цінами.	-	-		8	1,5,7,8,9,10
Всього	8	6		76	

3. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем під час аудиторних занять, консультацій)	Кількість годин	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати студент самостійно)	Кількість годин
ДРН 1. Аналізувати, як ціна та політика ціноутворення вплине на діяльність підприємства.	Інтерактивна лекція, письмове або усне опитування (тести/питання)	2	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування	16
ДРН 2. Вміти розрахувати ціни на товар (продукцію, послугу) з урахуванням всіх її основних елементів.	Інтерактивна лекція, експрес - опитування, розв'язання задач, практична робота	8	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, розв'язання задач	18
ДРН 3. Оцінити вплив факторів ціноутворення на встановлення кінцевої ціни.	Інтерактивна лекція, розв'язання задач, використання контролюючих завдань	4	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, розв'язання задач	42

4. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

4.1. Діагностичне оцінювання (зазначається за потреби)

4.2. Сумативне оцінювання

4.1.1. Для оцінювання очікуваних результатів навчання передбачено

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1.	Теоретичне (усне/письмове) опитування (питання/тести)	20/20%	4,10,15 тижні
2.	Виконання практичних вправ і завдань щодо політики ціноутворення.	20/20%	5 тиждень
3.	Розрахунково-аналітична робота (визначення ціни, адаптованої до різних ринкових ситуацій).	30/30%	9 тиждень
4.	Виконання практичних завдань (оцінка впливу факторів ціноутворення на кінцеву ціну).	30/30%	17 тиждень

4.1.2. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Теоретичне (усне/письмове) опитування (питання/тести)	<12 балів Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань	12-15 балів В цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.	15-18 балів Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.	20 балів В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
Виконання практичних вправ і завдань щодо політики ціноутворення.	<12 балів Вимоги щодо завдання не виконано	12-15 балів Більшість вимог виконано, але окремі складові відсутні або недостатньо розкриті, відсутній аналіз інших підходів до питання	15-18 балів Виконано усі вимоги завдання	20 балів Виконано усі вимоги завдання, продемонстровано, креативність, вдумливість, запропоновано власне вирішення проблеми
Розрахунково-аналітична робота (визначення ціни, адаптованої до різних ринкових ситуацій).	<18 балів Завдання виконані частково і неякісно; записані тільки формули	18-23 балів Завдання розв'язані, але містять грубі помилки; завдання розв'язані не у повному обсязі та допущено значні помилки; не сформульовані висновки за результатами розрахунків	23-28 балів Завдання виконані повністю але при розв'язуванні допущені незначні помилки; не обґрунтовано викладений матеріал; у висновках містяться помилки та недоречності.	30 балів Завдання розв'язані повністю і правильно, містять пояснення до розрахунків; показано вміння самостійно формулювати висновки; присутній творчий підхід
Виконання практичних завдань (оцінка впливу факторів ціноутворення)	<18 балів Завдання виконані частково і неякісно; записані тільки	18-23 балів Завдання розв'язані, але містять грубі помилки; завдання розв'язані не у	23-28 балів Завдання виконані повністю але при розв'язуванні допущені незначні помилки; не	30 балів Завдання розв'язані повністю і правильно, містять пояснення до розрахунків;

на кінцеву ціну).	формули	повному обсязі та допущено значні помилки; не сформульовані висновки за результатами розрахунків	обґрунтовано викладений матеріал; у висновках містяться помилки та недоречності.	показано вміння самостійно формулювати висновки; присутній творчий підхід
-------------------	---------	--	--	---

4.3.Формативне оцінювання:

Для оцінювання поточного прогресу у навчанні та розуміння напрямів подальшого удосконалення передбачено

№	Елементи формативного оцінювання	Дата
1	Теоретичне (усне/письмове) опитування (питання/тести)	3,8,12 тижні
2	Виконання та обговорення викладачем і студентами практичних вправ і завдань	Протягом 2 тижнів після подання на перевірку
3	Перевірка та обговорення викладачем і студентами розрахунково-аналітичної роботи	Протягом 2 тижнів після подання на перевірку
4	Перевірка та обговорення викладачем і студентами виконаних практичних завдань	Протягом 2 тижнів після подання на перевірку

5. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

5.1. Основні джерела

5.1.1 Підручники, посібники

1. Бакунов О.О. Цінова політика підприємства: навчальний посібник. Донецьк: ДонНУЕТ, 2016. 111 с.
2. Колесніков О.В. Ціноутворення: навчальний посібник, 4-е видання. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 156 с.
3. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с
4. Малініна Н.М. Ціни і ціноутворення: практикум. Міністерство освіти і науки України, Вінницький національний технічний університет. Вінниця: ВНТУ, 2015. 63 с.
5. Маркетинг: бакалаврський курс: Навч. посібник / За загальною редакцією д.е.н., проф.. С.М. Ілляшенка.-Суми: ВДТ “Університетська книга”, 2014.976с.
6. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник з грифом МОН України. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 240 с.
7. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення: навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2013. 191 с.
8. Руделіус В., Азарян О.М., Бабенко Н.О. та ін. Маркетинг: підручник, 6-те вид. К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2017. 648 с.
9. Шульга О. А. Ціноутворення: курс лекцій: навчальний посібник. К.: НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2015. – 110 с.

5.1.2 Методичне забезпечення

10. «Ціни і ціноутворення». Конспект лекцій для студентів 2 курсу освітнього рівня «Бакалавр» денної та заочної форм навчання / Суми, 2019.- 107 с.
11. Ціни і ціноутворення. Робочий зошит до проведення практичних занять та самостійної роботи для студентів 2 курсу денної та заочної форми навчання / Суми, 2018.- 39 с.

5.2 Додаткові джерела

12. <http://www.autosystems.com.ua> – інформаційно-пошукова система по підприємствах, фірмах і організаціях, які працюють на ринку України (Маркетинг термінал-2000);

13. <http://www.profibook.com.ua> – ділова література з економіки, менеджменту, реклами і маркетингу, управління персоналом, психології бізнесу, інформаційних технологій тощо;
14. <http://bredmarketing.bigmir.net> – маркетинг очима світил науки;
15. <http://www.sebso.com.ua/> – система електронного бізнесу і торгівлі в Internet;
16. <http://www.marketolog.com.ua> – перший в Україні тематичний ресурс Internet, який присвячено маркетингу: статті, аналітика, програмне забезпечення, навчання, працевлаштування, форум маркетологу;
17. <http://www.vigvam.kiev.ua> – загальна інформація про маркетинг взагалі і в Україні зокрема;
18. <http://www.reklamist.com> – повна інформація про маркетинг і рекламу

5.3 Програмне забезпечення

1. Персональні комп'ютери з підключенням до Інтернет і доступом до Центру дистанційного навчання СНАУ (дистанційних курсів і електронної бібліотеки) для ознайомлення з навчальним контентом, виконання завдань самостійної роботи, проходження тестування. (Середовище Moodle дисципліна «Ціни і ціноутворення» в системі MOODLE. URL: <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=1565>)

2. Бітрікс – 24.