

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

Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	Маркетинг (2024 рік набору)
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)

Розробник: Олена Шумкова (підпис) Олена ШУМКОВА, к.е.н., доцент, доцент (ім'я та прізвище) (вчений ступінь та звання, посада)

Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри маркетингу та логістики (назва кафедри)	протокол від 16.06.2025 р. № 18	
	Завідувач кафедри <u>Наталія Макаренко</u> (підпис)	Наталія МАКАРЕНКО (ім'я та прізвище)

Погоджено:

Гарант освітньої програми Наталія Макаренко (підпис) Наталія МАКАРЕНКО (ім'я та прізвище)

Декан факультету, де реалізується освітня програма Світлана Лукаш (підпис) Світлана ЛУКАШ (ім'я та прізвище)

Рецензія на робочу програму (додається) надана: Олена Шумкова (підпис) Олена ШУМКОВА (ім'я та прізвище)
Наталія Макаренко (підпис) Наталія МАКАРЕНКО (ім'я та прізвище)

Методист відділу якості освіти, ліцензування та акредитації

Н. Бак (підпис)

Катерина Братки (ім'я та прізвище)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 23.06 2025 р.

15.	Політика академічної доброчесності	Дотримання засад політики академічної доброчесності реалізується на засадах положень «Кодексу академічної доброчесності Сумського НАУ» від 28.10.2024 р. № 453/од https://drive.google.com/file/d/142uwVZKHnDYNQJ6TKFxaaPcr7rT5qTN8/view
16.	Ключові слова	Ціна, структура ціни, собівартість, прибуток, види цін, знижка, стратегія ціноутворення, методи ціноутворення.
17.	Посилання на курс на навчальній платформі Moodle	https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=1565

2. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З ПРОГРАМНИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ

Результати навчання за ОК: Після вивчення освітнього компонента студент очікувано буде здатен...»	Як оцінюється РНД
ДРН 1. Виявити, як ціна та політика ціноутворення вплине на діяльність підприємства, конкурентоспроможність його товарів (продукції, послуг), рівень попиту, прибуток та окупність інвестицій.	Тест множинного вибору
ДРН 2. Використовувати методи ціноутворення для встановлення кінцевої ціни на товар (продукцію, послугу) з урахуванням всіх її основних елементів.	Вирішення практичних і ситуаційних завдань
ДРН 3. Характеризувати вплив факторів ціноутворення на встановлення ціни.	Вирішення практичних і ситуаційних завдань
ДРН 4. Використання цінових стратегій підприємствами різних галузей	Презентація з доповіддю

3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу							Рекомендова на література
	Аудиторна робота				Самостійна робота			
	Лк		П.з / семін. з		Лаб з.			
	денна	заоч	денна	заоч		денна	заоч	
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.	4	2	4	2	-	10	12	Підручники, посібники: 1,2,3,4 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 1,2,5
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	4	4	4	4	-	10	14	Підручники, посібники: 1,2,3,4 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 1,2,3,5,6

податків. 5. Посередницькі надбавки (знижки) в ціні.								
Тема 3. Стратегії ціноутворення 1. Види цінових стратегій підприємства. 2. Розробка стратегій ціноутворення.	2	2	2	2	-	10	12	Підручники, посібники: 1,2,3,4 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 1,2
Тема 4. Система цін та їх класифікація 1. Сутність системи цін. 2. Класифікація цін.	2	-	2	-	-	8	12	Підручники, посібники: 1,2,3,4 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 1,2,5
Тема 5. Фактори ціноутворення 1. Кон'юнктура ринку і кон'юнктурутворюючі 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.	6	4	6	4	-	10	16	Підручники, посібники: 1,2,3,4 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 1,2,5
Тема 6. Методи ціноутворення 1. Методи ціноутворення, орієнтовані на витрати. 2. Методи ціноутворення, орієнтовані на попит. 3. Методи ціноутворення, орієнтовані на конкурентів.	4	2	4	2	-	10	14	Підручники, посібники: 1,2,3,4 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 2,4,5
Тема 7. Процес ціноутворення 1. Послідовність етапів встановлення оптимального рівня ціни на товар. 2. Зміна цін.	4	-	4	-	-	8	12	Підручники, посібники: 1,2,3,4 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 1,2,5
Тема 8. Особливості ціноутворення в базових галузях економіки 1. Закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію. 2. Ціноутворення у сфері обігу споживчих товарів. 3. Ціноутворення у сфері зовнішньоекономічної діяльності.	2	-	2	-	-	12	16	Підручники, посібники: 1,2,3,4 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 5,6

Тема 9. Державне регулювання та контроль цін 1. Державне регулювання цін та його основні завдання. 2. Демпінг і міжнародна торговельна політика. 3. Сутність і організація контролю за цінами 4. Антимонопольна діяльність держави.	2	-	2	-	-	12	14	Підручники, посібники: 1,2,3,4 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 2,5,6
Всього	30	14	30	14	-	90	122	

4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем під час аудиторних занять, консультацій)	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати студент самостійно)
ДРН 1. Виявити, як ціна та політика ціноутворення вплине на діяльність підприємства, конкурентоспроможність його товарів (продукції, послуг), рівень попиту, прибуток та окупність інвестицій.	<i>Словесні методи:</i> навчальна лекція, бесіда, пояснення, навчальна дискусія <i>Наочні методи:</i> презентація <i>Практичні методи:</i> ситуаційні вправи, практичні завдання	Метод готових знань. Аналітичні методи навчання; пошук інформації. Метод формування умінь і навичок.
ДРН 2. Використовувати методи ціноутворення для встановлення кінцевої ціни на товар (продукцію, послугу) з урахуванням всіх її основних елементів.	<i>Словесні методи:</i> навчальна лекція, бесіда, пояснення, навчальна дискусія <i>Наочні методи:</i> презентація <i>Практичні методи:</i> ситуаційні вправи, практичні завдання	Метод готових знань. Аналітичні методи навчання; пошук інформації. Метод формування умінь і навичок. Проблемно-пошуковий метод
ДРН 3. Характеризувати вплив факторів ціноутворення на встановлення ціни.	<i>Словесні методи:</i> навчальна лекція, бесіда, пояснення, навчальна дискусія <i>Наочні методи:</i> презентація <i>Практичні методи:</i> ситуаційні вправи, практичні завдання	Метод готових знань. Аналітичні методи навчання; пошук інформації. Метод формування умінь і навичок. Проблемно-пошуковий метод
ДРН 4. Використання цінових стратегій підприємствами різних галузей	<i>Словесні методи:</i> навчальна лекція, бесіда, пояснення, навчальна дискусія <i>Наочні методи:</i> презентація <i>Практичні методи:</i> ситуаційні вправи, практичні завдання	Метод готових знань. Проблемно-пошуковий метод. Методи перевірки і оцінювання знань, умінь і навичок

5. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

5.1.Діагностичне оцінювання (зазначається за потреби)

5.2.Сумативне оцінювання

5.1.1.Для оцінювання очікуваних результатів навчання передбачено (денна форма навчання)

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1	Теоретичний зріз знань (тест множинного вибору – 2 модулі по 15 балів)	20 балів / 20%	4,11 тижні
2	Розрахункове завдання 1 (визначення ціни, адаптованої до різних ринкових ситуацій)	20 балів / 20%	7 тиждень
3	Розрахункове завдання 2 (оцінка впливу факторів ціноутворення на кінцеву ціну)	20 балів / 20%	12 тиждень
4	Презентація з доповіддю (використання цінових стратегій підприємствами різних галузей)	10 балів / 10%	14 тиждень
	Разом	70 балів / 70 %	
5	Екзамен (письмово, 2 теоретичних питання, 1 практичне завдання)	30 балів / 30%	згідно розкладу сесії
	Всього	100 балів /100%	

5.1.1.Для оцінювання очікуваних результатів навчання передбачено (заочна форма навчання)

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1	Теоретичний зріз знань (тест множинного вибору – 2 модулі по 20 балів)	60 балів / 60%	4,11 тижні
2	Розрахункове завдання 1 (визначення ціни, адаптованої до різних ринкових ситуацій)	20 балів / 20%	7 тиждень
3	Розрахункове завдання 2 (оцінка впливу факторів ціноутворення на кінцеву ціну)	20 балів / 20%	14 тиждень
	Всього	100 балів /100%	

5.1.2. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Теоретичний зріз знань (тест множинного вибору, за кожну правильну відповідь 1 бал)	<5 балів	6 балів	7-8 балів	9-10 балів
	Студент володіє окремими теоретичними елементами курсу. Цілісність розуміння теоретичного матеріалу відсутня.	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни, які є мінімально допустимими. Розуміє основні положення, але допускає значну кількість неточностей і грубих	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, але допускає окремі неточності.	Студент демонструє повні й міцні знання навчального теоретичного матеріалу в обсязі, що відповідає програмі курсу.

		помилки.		
Розрахункове завдання 1	<12 балів	12-15 балів	15-18 балів	18-20 балів
Розрахункове завдання 2	Завдання виконано частково і неякісно	Завдання розв'язані, але містять грубі помилки; завдання розв'язані не у повному обсязі та допущено значні помилки; не сформульовані висновки за результатами розрахунків	Завдання виконані повністю але при розв'язуванні допущені незначні помилки; не обґрунтовано викладений матеріал; у висновках містяться помилки та недоречності	Завдання розв'язані повністю і правильно, містять пояснення до розрахунків; показано вміння самостійно формулювати висновки за результатами проведеного дослідження
Презентація з доповіддю	<6 балів	7 балів	8 балів	9-10 балів
	Вимоги щодо завдання не виконано	Більшість вимог виконано, але окремі складові відсутні або недостатньо розкриті, відсутній аналіз інших підходів до питання	Виконано усі вимоги завдання	Виконано усі вимоги завдання, продемонстровано, креативність, вдумливість, запропоновано власне вирішення проблеми, присутній творчий підхід

5.3.Формативне оцінювання:

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

№	Елементи формативного оцінювання	Дата
1	Теоретичне опитування (питання / тести)	3,8,12 тижні
2	Вирішення практичних і ситуаційних завдань	На кожному занятті
3	Обговорення самостійно виконаних домашніх завдань студентів	На кожному занятті
4	Усне обговорення презентації з доповіддю протягом занять	Протягом 1 тижня після подання на перевірку

6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

5.1. Основні джерела

5.1.1 Підручники, посібники

1. Корінев В.Л., Корецький М.Х., Даций О.І. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2021. 200 с. URL: <https://cul.com.ua/pidruchnyky-inavchalni-posibnyky/marketyng/marketingova-cinova-politika-korinyev-v-l>

2. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с. URL: <http://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/8280/1/13.pdf>

3. Пінішко В. С. Ціно- і тарифотворення: навч. посіб. Львів: Видавництво «Магнолія 2006», 2021. 303 с. URL: <https://mybook.biz.ua/ua/cinoutvorenniya-torgova-sprava-prodajitovarovnavstvo/cino-i-tarifoutvorenniya/>

4. Останкова Л., Літвінов Ю., Літвінова Т. Ціноутворення в умовах ринку: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 400 с. URL: https://www.yakaboo.ua/ua/cinoutvorennjav-umovah-rinku.html?gclid=Cj0KCQjwntCVBhDdARIsAMEwACk-5e5-qUUGuqI6gxWvNMtG-Y4VDeLQYc9n_5fcDSLldcvyIMP8ptcaAmX_EALw_wcB#tab

6.1.2. Методичне забезпечення

1. Шумкова О.В., Шумкова В.І., Селезень О.М. Ціни і ціноутворення. Конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей галузей знань 05 Соціальні та поведінкові науки, 07 Управління та адміністрування, 28 Публічне управління та адміністрування факультету економіки і менеджменту денної та заочної форми навчання. Суми: СНАУ. 2024. 133 с. (Протокол № 3 від 23.10.2024 р.)

2. Шумкова О.В., Селезень О.М., Мусієнко В.І. Ціни і ціноутворення. Робочий зошит для проведення практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності С1 Економіка», спеціальностей галузей знань Д «Бізнес, адміністрування та право», факультету економіки і менеджменту денної та заочної форми навчання. Суми, 2024. 34 с. (Протокол №4 від 20.11.2024 р.)

3. Шумкова О.В., Селезень О.М., Мусієнко В.І. Ціни і ціноутворення. Методичні вказівки щодо виконання самостійних робіт для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності С1 Економіка», спеціальностей галузей знань Д «Бізнес, адміністрування та право», факультету економіки і менеджменту денної та заочної форми навчання. Суми, 2024. 18 с. (Протокол №4 від 20.11.2024 р.)

4. Курс «Ціни і ціноутворення» в системі MOODLE / Автор: О.В. Шумкова. URL: <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=1565>

6.1.3. Інші джерела

1. Бакунов О.О. Цінова політика підприємства: навчальний посібник. Донецьк: ДонНУЕТ, 2016. 111 с.

2. Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. Маркетингові дослідження : навч. посіб.. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. 300 с URL: https://dspace.dsau.dp.ua/bitstream/123456789/2985/1/21_Навч._посіб_Маркетингові_дослідження.pdf

3. Нечипоренко В.В., Шумкова О.В., Шумкова В.І. Інноваційний маркетинговий менеджмент конкурентоспроможності продукції соціально-відповідального підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2024. Випуск 1 (42). С.120-125 URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/42_2024/20.pdf

4. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: https://econom.lnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SEN_YSHYNKRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf

5. Череп О.Г. Маркетинг: навч. посіб. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2020. 728 с. URL: https://condor-books.com.ua/index.php?route=product/product&path=1&product_id=1442

6. Шумкова О.В. Вплив податків на ціноутворення інноваційної продукції. Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку. Збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Суми, 17-18 квітня 2024 р.). Суми: СНАУ, 2024. С. 182-185

6.2. Додаткові джерела

1. Офіційний сайт організації Українська асоціація маркетингу. URL: <http://www.uam.kneu.kiev.ua>

2. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/arhive.php>

3. Офіційний сайт організації International Institute of Marketing Professionals. URL: <http://www.theiimp.org/marketing-international-association>

4. Офіційний сайт організації American Marketing Association URL: <https://www.ama.org>

6.3. Програмне забезпечення

1. Використання стандартних пакетів Microsoft: Word, Excel, PowerPoint
2. Використання платформ Zoom, Google Meet, Microsoft Teams для організації онлайн-занять.
3. Сервіс Canva