

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	073 «Менеджмент»
Освітня програма	Менеджмент (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 СТОЯНЕЦЬ (підпис) (ім'я та прізвище)

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

Рецензія на робочу програму (додається) надана:

Наталія Стоянець (підпис) (ім'я та прізвище)
Наталія Макаренко (підпис) (ім'я та прізвище)

Методист відділу якості освіти, ліцензування та акредитації

Н.Б.Б. (підпис) Наталія Макаренко (ім'я та прізвище)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 24.06 2025 р.

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	Освітньо – професійна програма «Менеджмент». Першого рівня вищої освіти за спеціальністю 073 Менеджмент Галузі знань 07 Управління та адміністрування Кваліфікація: бакалавр з менеджменту		
5.	ОК може бути запропонований для	051 Економіка, 071 Облік і оподаткування, 072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, 073 Менеджмент, 075 Маркетинг, 076 Підприємництво та торгівля, 281 Публічне управління та адміністрування		
6.	Рівень НРК	6		
7.	Семестр та тривалість вивчення	5 семестр, 15 тижнів		
8.	Кількість кредитів ЄКТС	5		
9.	Загальний обсяг годин та їх розподіл (заочна форма навчання)	Контактна робота(заняття)		
		Лекційні	Практичні/ семінарські	Лабораторні
		Заоч. 14 год.	Заоч. 14 год.	Заоч. 122 год.
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		
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 отримають 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	1. Освітній компонент базується на дисциплінах: «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Статистика». 2. Освітній компонент є основою для вивчення дисциплін «Маркетинг», «Аграрний менеджмент».		

	ОП	
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	Вирішення практичних і ситуаційних завдань

3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу				Рекомендована література
	Аудиторна робота			Самостійна робота	
	Лк	П.з / семін. з	Лаб з.		
<i>Тема 1. Сутність ціни як економічної категорії</i> 1. Роль і місце ціни в умовах ринку. Категорії ціни. 2. Функції ціни та основні принципи ціноутворення. 3. Методологія ціноутворення.	2	2	-	12	Підручники, посібники: 1,2,3,4 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 1,2,5
<i>Тема 2. Структура ціни та характеристика її основних елементів</i> 1. Склад та структура ціни. 2. Сутність собівартості. 3. Визначення прибутку в ціні. 4. Формування в ціні товарних	4	4	-	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.					
<i>Тема 3. Стратегії ціноутворення</i> 1. Види цінових стратегій підприємства. 2. Розробка стратегій ціноутворення.	2	2	-	12	Підручники, посібники: 1,2,3,4 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 1,2
<i>Тема 4. Система цін та їх класифікація</i> 1. Сутність системи цін. 2. Класифікація цін.	-	-	-	12	Підручники, посібники: 1,2,3,4 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 1,2,5
<i>Тема 5. Фактори ціноутворення</i> 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.	4	4	-	16	Підручники, посібники: 1,2,3,4 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 1,2,5
<i>Тема 6. Методи ціноутворення</i> 1. Методи ціноутворення, орієнтовані на витрати. 2. Методи ціноутворення, орієнтовані на попит. 3. Методи ціноутворення, орієнтовані на конкурентів.	2	2	-	14	Підручники, посібники: 1,2,3,4 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 2,4,5
<i>Тема 7. Процес ціноутворення</i> 1. Послідовність етапів встановлення оптимального рівня ціни на товар. 2. Зміна цін.	-	-	-	12	Підручники, посібники: 1,2,3,4 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 1,2,5
<i>Тема 8. Особливості ціноутворення в базових галузях економіки</i> 1. Закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію. 2. Ціноутворення у сфері обігу споживчих товарів. 3. Ціноутворення у сфері зовнішньоекономічної діяльності.	-	-	-	16	Підручники, посібники: 1,2,3,4 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 5,6
<i>Тема 9. Державне регулювання та контроль цін</i> 1. Державне регулювання цін та його основні завдання.	-	-	-	14	Підручники, посібники: 1,2,3,4 Методичне забезпечення:

2. Демпінг і міжнародна торговельна політика. 3. Сутність і організація контролю за цінами 4. Антимонопольна діяльність держави.					1,2,3,4 Інші джерела: 2,5,6
Всього	14	14	-	122	

4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем <u>під час аудиторних занять</u> , консультацій)	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати <u>студент самостійно</u>)
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

№	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)	<19 балів Студент володіє окремими теоретичними елементами курсу. Цілісність розуміння теоретичного матеріалу відсутня.	20-23 балів Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни, які є мінімально допустимими. Розуміє основні положення, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок.	24-26 балів Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, але допускає окремі неточності.	27-30 балів Студент демонструє повні й міцні знання навчального теоретичного матеріалу в обсязі, що відповідає програмі курсу.
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

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

6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

5.1. Основні джерела

5.1.1 Підручники, посібники

1. Коріньєв 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_5fcDSLdLdcvyIMP8ptcaAmX_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: ШНАУ, 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