

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА ЦІНИ І ЦІНОУТВОРЕННЯ

Цикл: загальної підготовки для всіх спеціальностей факультету галузі знань 07 «Управління і адміністрування»

Статус: вибірковий освітній компонент.

Курс 2, 4 семестр.

Мета вивчення дисципліни – формування теоретичних знань та практичних навичок з питань формування цін на продукцію підприємства, зокрема розуміння основних засад методики розрахунку цін та аналізу ціноутворюючих чинників

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів **фахових компетентностей**, передбачених відповідною освітньо-професійною програмою:

- здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів;
- здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності;
- здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку.

У результаті вивчення освітнього компонента здобувач повинен бути здатним продемонструвати такі **результати навчання**, передбачених освітньо-професійною програмою:

- аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності;
- збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію;
- визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності;
- вибудовувати оптимальні рішення, щодо системи ціноутворення на сільськогосподарському підприємстві; формувати товарний асортимент підприємства та визначати його ефективність.

ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

Тема 1. Сутність ціни як економічної категорії.

Тема 2. Структура ціни та характеристика її основних елементів.

Тема 3. Стратегії ціноутворення.

Тема 4. Система цін та їх класифікація.

Тема 5. Державне регулювання процесу ціноутворення.

Тема 6. Фактори ціноутворення.

Тема 7. Методи ціноутворення.

Тема 8. Особливості ціноутворення в базових галузях економіки.

Тема 9. Система контролю за цінами.

Викладацький склад:

Лектор: к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Шумкова О.В.

Викладач практичних занять: к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Шумкова О.В.

Тривалість: 5 кредитів ECTS, 15 тижнів, 4 години на тиждень.

Оцінювання: поточне оцінювання – 2 модульні контролі, підсумковий контроль – екзамен.