



## Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

Назва курсу	Ціноутворення
Рівень вищої освіти	Фаховий молодший бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок
Освітня програма	Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок
Статус дисципліни	Обов'язкова /вибіркова
Форма здобуття освіти	Денна
Обсяг дисципліни	4 кредити ECTS / 120 годин
Мова викладання	Українська
Викладач	Ковальчук Андрій Петрович
Профайл викладача	<a href="https://www.krok.edu.ua/">https://www.krok.edu.ua/</a>
Контактний телефон	+380502882498
E-mail	kovalchukap@krok.edu.ua
Консультації	Очні консультації: 1 академічна година, щовівторка з 13.00 – 14.00 Online консультації: 1 академічна година, щовівторка з 15.10 – 16.10

**1. Коротка анотація:** Дисципліна «Ціноутворення» є вибірковою при підготовці фахового молодшого бакалавра за освітньою програмою «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок» та викладається на 3-му курсі (5-й семестр) в обсязі 4 кредитів за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS.

**Дисципліна «Ціноутворення»** спрямована на формування у здобувачів освіти системного розуміння економічної сутності ціни як ключового інструменту управління діяльністю підприємства, ринкового регулятора попиту і пропозиції та важливого чинника забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Курс орієнтований на оволодіння теоретичними основами та практичними механізмами формування, встановлення, регулювання і коригування цін в умовах ринкової економіки з урахуванням впливу витрат, попиту, конкуренції, державного регулювання та кон'юнктури ринку.

**Метою дисципліни** є формування у студентів цілісної системи знань про економічну природу ціни, механізми ринкового ціноутворення, методи встановлення цін, принципи розробки цінової політики і стратегій підприємства, а також набуття практичних навичок обґрунтування цінових рішень з урахуванням витрат, попиту, конкурентного середовища та фінансових результатів діяльності підприємства.

**Завданнями вивчення дисципліни** є формування у здобувачів освіти розуміння методологічних засад ринкового ціноутворення, системи видів і структур цін, факторів формування ринкових цін та механізмів їх регулювання, економічної сутності витрат виробництва і реалізації, принципів калькулювання собівартості продукції, розробки стратегій і політики ціноутворення підприємства, застосування сучасних методів встановлення цін, оцінювання



конкурентоздатності товарів у процесі ціноутворення, використання цінових знижок і надбавок, а також аналізу фінансових наслідків змін цінових рішень.

**Предметом дисципліни** є економічні відносини, механізми, процеси та інструменти формування, встановлення, регулювання і зміни цін у ринковій економіці, а також система взаємозв'язків між ціною, витратами, попитом, конкуренцією, фінансовими результатами діяльності підприємства та ринковою кон'юнктурою.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:** економічну сутність ціни та її роль у системі управління підприємством; методологічні засади ринкового ціноутворення; основні моделі та концепції ціноутворення; класифікацію цін і їх структуру; фактори формування ринкових цін; механізм взаємодії попиту, пропозиції та конкуренції у процесі ціноутворення; економічну природу витрат виробництва і реалізації; склад і види собівартості продукції; принципи калькулювання; стратегії та політику ціноутворення підприємства; методи встановлення цін; механізми формування цін з урахуванням конкурентоздатності товару; систему цінових знижок і надбавок; причини зміни цін та їх фінансові наслідки, а також роль маржинального аналізу у прийнятті цінових рішень.

**уміти:** аналізувати ринкову кон'юнктуру та фактори ціноутворення; визначати структуру і склад ціни залежно від каналів руху товарів; розраховувати собівартість продукції та застосовувати методи калькулювання; формувати цінову політику підприємства; розробляти цінові стратегії; обґрунтовувати вибір методів встановлення цін; здійснювати аналіз попиту та конкурентного середовища; визначати рівень конкурентоздатності товарів і враховувати його у процесі ціноутворення; застосовувати систему цінових знижок і надбавок; оцінювати фінансові наслідки зміни цін; використовувати маржинальний аналіз для прийняття управлінських рішень та формувати економічно обґрунтовані цінові рішення в умовах ринкової економіки.

## 2. Результати навчання:

РН 03. Знати економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, що існують між фінансовими процесами та економічними явищами.

РН 06. Застосовувати набуті теоретичні знання у практичній діяльності для розв'язання професійних завдань.

РН 09. Вміти розв'язувати складні задачі у спеціалізованих сферах професійної діяльності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач освіти набуває таких компетентностей:

ЗК5 Знання і розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК6 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.



СК 1. Здатність використовувати теоретичний і методичний інструментарій фінансової, економічної, математичної, статистичної, правової та інших наук для розв'язання складних завдань у сфері фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку.

СК 7. Здатність самостійно виконувати складні завдання у сфері фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку.

### 3. Обсяг курсу

Вид заняття	Загальна кількість годин/ кредитів ECTS		
	денна	заочна	дистанційна
лекції	20	-	-
семінарські заняття / практичні	20	-	-
самостійна робота	80	-	-
Інші форми (За наявності)	-	-	-

**4. Пререквізити.** Викладання навчальної дисципліни базується на знаннях, отриманих в результаті вивчення ОК5, ОК10 і ОК12.

**5. Технічне й програмне забезпечення / обладнання.** Персональний комп'ютер, загальнонавчальні комп'ютерні програми, проектор, доступ до мережі Інтернет. Комп'ютер повинен бути облаштований відеокамерою та мікрофоном.

**6. Політика курсу** – студенти мають дотримуватись кодексу академічної доброчесності [https://www.krok.edu.ua/download/nakazi/2018-10-18\\_kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti.pdf](https://www.krok.edu.ua/download/nakazi/2018-10-18_kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti.pdf)

Відвідування занять є обов'язковим компонентом освоєння курсу. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, міжнародне стажування) відпрацювання пропущених занять відбувається за погодженням із викладачем дисципліни. Вивчення курсу також можливе за індивідуальним графіком, що регламентується відповідним положенням.

У разі проведення занять в онлайн форматі, здобувач має під'єднатись до навчальної платформи де буде проводитись заняття. Заходить на навчальну платформу (*Teams*) виключно під своїм реальним прізвищем. Під час занять з використанням онлайн платформи *MS Teams* камера має бути увімкненою протягом всього заняття, мікрофон включається за потреби під час відповідей / запитань. У разі відсутності можливості включати камеру, студент має повідомити викладача та отримати дозвіл бути присутнім з вимкненою камерою. В разі не під'єднання та відсутності реакції здобувача на звернення викладача до нього особисто, здобувач вважається відсутнім на занятті.



## 1. Програма навчальної дисципліни

### Тема 1. Теоретичні основи ціни

Ціна як економічна категорія та інструмент управління підприємством. Роль ціни у системі управління діяльністю підприємства. Функції ціни в умовах ринкової економіки. Ціна як елемент комплексу маркетингу. Методологічні засади ринкового ціноутворення. Об'єктивні та суб'єктивні основи формування ціни. Взаємозв'язок ціни, попиту та пропозиції. Ціна і вартість у ринковій економіці. Еволюція теорій ціноутворення. Класичні та неокласичні підходи до ціноутворення. Інституційні підходи до формування цін. Систематизація моделей ціноутворення. Витратні, ринкові та змішані моделі ціноутворення. Роль конкуренції у формуванні цін. Значення ціни для досягнення фінансових результатів підприємства. Ціна як індикатор ефективності господарської діяльності.

### Тема 2. Основні види цін, їх склад і структура

Поняття складу та структури ціни. Склад ціни залежно від каналів руху товарів. Виробнича, оптова та роздрібна ціна. Торговельні націнки та їх економічне призначення. Види цін залежно від ступеня самостійності підприємства. Вільні, регульовані та фіксовані ціни. Ціни з урахуванням транспортних витрат. Франко-ціни та їх характеристика. Територіальна диференціація цін. Єдині та диференційовані ціни. Ціни залежно від часу дії. Поточні, сезонні та договірні ціни. Ціни залежно від ринку збуту. Внутрішні та зовнішньоторговельні ціни. Вплив структури ціни на конкурентоспроможність товару.

### Тема 3. Фактори формування ринкових цін та механізм ціноутворення

Поняття ринкової кон'юнктури. Кон'юнктурууючі фактори ціноутворення. Вплив співвідношення попиту і пропозиції на ціну. Роль каналів руху товарів у формуванні ціни. Вплив споживачів на рівень і структуру цін. Цінова чутливість споживачів. Поведінкові фактори ціноутворення. Конкуренція як ключовий фактор формування цін. Цінова конкуренція та її форми. Нецінова конкуренція та її вплив на ціни. Монополістичні та олігополістичні впливи на ціноутворення. Державне регулювання цін. Методи прямого і непрямого впливу держави на ціни. Податковий вплив на рівень цін. Механізм ринкового ціноутворення. Взаємодія факторів у процесі формування ринкових цін.

### Тема 4. Витрати виробництва і реалізації

Витрати підприємства як економічна категорія. Роль витрат у формуванні ціни продукції. Поняття собівартості продукції. Види собівартості продукції. Виробнича та повна собівартість. Елементи системи калькулювання. Статті калькуляції собівартості. Методи калькулювання продукції. Нормативний метод калькулювання. Класифікація витрат за елементами. Постійні та змінні витрати.



Прямі та непрямі витрати. Релевантні витрати для цінових рішень. Витрати, що не включаються до собівартості реалізованої продукції. Вплив структури витрат на рівень ціни.

### **Тема 5. Стратегія ціноутворення**

Ціноутворення у системі стратегічного управління підприємством. Роль ціни у формуванні конкурентних переваг. Поняття стратегії ціноутворення. Етапи розробки стратегії ціноутворення. Взаємозв'язок цінової та загальної стратегії підприємства. Стратегії високих і низьких цін. Стратегія проникнення на ринок. Стратегія зняття вершків. Стратегії диференціації цін. Стратегії цінового лідерства. Стратегії стабільних цін. Цінові лінії та їх економічне значення. Формування цінових ліній товарів. Ризики реалізації цінових стратегій. Оцінка ефективності стратегії ціноутворення.

### **Тема 6. Цінова політика підприємства**

Поняття цінової політики підприємства. Місце цінової політики у маркетинговій діяльності. Формування цінової політики підприємства. Основні цілі та завдання цінової політики. Постановка завдань ціноутворення. Аналіз ринкового середовища. Визначення попиту на продукцію. Фактори, що впливають на попит. Оцінка витрат підприємства. Визначення мінімально допустимої ціни. Аналіз цін конкурентів. Порівняльна оцінка товарів конкурентів. Коригування цінової політики. Врахування життєвого циклу товару. Вплив цінової політики на фінансові результати підприємства.

### **Тема 7. Методи встановлення ціни на товар**

Поняття та класифікація методів встановлення цін. Витратні методи встановлення ціни. Метод повних витрат. Метод змінних витрат. Метод цільового прибутку. Ринкові методи визначення цін. Метод орієнтації на попит. Метод орієнтації на конкурентів. Метод сприйнятої цінності товару. Психологічні методи ціноутворення. Метод тендерного ціноутворення. Економетричні методи встановлення ціни. Моделювання залежності попиту від ціни. Використання статистичних методів у ціноутворенні. Переваги та обмеження різних методів ціноутворення.

### **Тема 8 Встановлення ціни з урахуванням конкурентоздатності товару**

Поняття конкурентоздатності товару. Конкурентна перевага та її види. Фактори формування конкурентоздатності товару. Роль ціни у забезпеченні конкурентоздатності. Оцінка технічного та споживчого рівня товару. Визначення позиції фірми на ринку. Порівняльний аналіз товарів конкурентів. Етапи формування ціни з урахуванням конкурентоздатності. Поняття «байдужої» ціни. Методи визначення «байдужих» цін. Цінові рішення в умовах досконалої конкуренції. Ціноутворення в умовах монополістичної конкуренції. Ціноутворення в умовах олігополії. Цінова поведінка монополії. Адаптація цін до конкурентного середовища.



### Тема 9 Цінові знижки та надбавки

Сутність цінових знижок. Економічне призначення цінових знижок. Класифікація цінових знижок. Кількісні та бонусні знижки. Сезонні та функціональні знижки. Знижки за умови передоплати. Надбавки до ціни та їх види. Транспортні та сервісні надбавки. Вплив знижок на обсяг реалізації. Вплив знижок на прибуток підприємства. Оцінка ефективності системи знижок. Уцінка товарів як інструмент цінової політики. Причини застосування уцінки. Фінансові наслідки уцінки товарів. Роль знижок і надбавок у конкурентній боротьбі.

### Тема 10 Зміна цін: причини і фінансові наслідки

Причини необхідності зміни цін. Внутрішні фактори зміни цін. Зовнішні фактори зміни цін. Підвищення та зниження цін як управлінські рішення. Реакція споживачів на зміну цін. Реакція конкурентів на зміну цін. Цінова еластичність попиту. Вплив зміни ціни на обсяг збуту. Вплив ціни на прибуток підприємства. Взаємозв'язок ціни, витрат і доходу. Маржинальний аналіз у ціноутворенні. Точка беззбитковості та ціна. Фінансове обґрунтування цінових рішень. Ризики, пов'язані зі зміною цін. Стратегічні наслідки цінових змін.

## 2. Схема курсу

Тиждень /кількість годин	Тема	Вид заняття, розподіл годин	Джерела	Завдання	Термін виконання
1	2	3	4	5	6
1 / 4 год.	Тема 1. Теоретичні основи ціни	Лекція, практичне 4 год.	1-20	Опрацювати лекційний матеріал, виконати практичні завдання	Один тиждень
2 / 4 год.	Тема 2. Основні види цін, їх склад і структура	Лекція, практичне 4 год.	1-20	Опрацювати лекційний матеріал, виконати практичні завдання	Один тиждень
3 / 4 год.	Тема 3. Фактори формування ринкових цін та механізм ціноутворення	Лекція, практичне 4 год.	1-20	Опрацювати лекційний матеріал, виконати практичні завдання	Один тиждень



Циклова комісія фундаментальних  
дисциплін, туризму та фінансів



1	2	3	4	5	6
4 / 4 год.	Тема 4. Витрати виробництва і реалізації	Лекція, практичне 4 год.	1-20	Опрацювати лекційний матеріал, виконати практичні завдання	Один тиждень
5 / 4 год.	Тема 5. Стратегія ціноутворення	Лекція, практичне 4 год.	1-20	Опрацювати лекційний матеріал, виконати практичні завдання	Один тиждень
6 / 4 год.	Тема 6. Цінова політика підприємства	Лекція, практичне 4 год.	1-20	Опрацювати лекційний матеріал, виконати практичні завдання	Один тиждень
7 / 4 год.	Тема 7. Методи встановлення ціни на товар	Лекція, практичне 4 год.	1-20	Опрацювати лекційний матеріал, виконати практичні завдання	Один тиждень
8 / 4 год.	Тема 8 Встановлення ціни з урахуванням конкурентоздатності товару	Лекція, практичне 4 год.	1-20	Опрацювати лекційний матеріал, виконати практичні завдання	Один тиждень
9 / 4 год.	Тема 9 Цінові знижки та надбавки	Лекція, практичне 4 год.	1-20	Опрацювати лекційний матеріал, виконати практичні завдання	Один тиждень
10 / 4 год.	Тема 10 Зміна цін: причини і фінансові наслідки	Лекція, практичне 4 год.	1-20	Опрацювати лекційний матеріал, виконати практичні завдання	Один тиждень
Усього годин: 40	-	40 год.	-	-	-



### 3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Теоретичні основи ціни	2
2.	Основні види цін, їх склад і структура	2
3.	Фактори формування ринкових цін та механізм ціноутворення	2
4.	Витрати виробництва і реалізації	2
5.	Стратегія ціноутворення	2
6.	Цінова політика підприємства	2
7.	Методи встановлення ціни на товар	2
8.	Встановлення ціни з урахуванням конкурентоздатності товару	2
9.	Цінові знижки та надбавки	2
10.	Зміна цін: причини і фінансові наслідки	2
	Усього:	20

### 4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Теоретичні основи ціни	8
2.	Основні види цін, їх склад і структура	8
3.	Фактори формування ринкових цін та механізм ціноутворення	8
4.	Витрати виробництва і реалізації	8
5.	Стратегія ціноутворення	8
6.	Цінова політика підприємства	8
7.	Методи встановлення ціни на товар	8
8.	Встановлення ціни з урахуванням конкурентоздатності товару	8
9.	Цінові знижки та надбавки	8
10.	Зміна цін: причини і фінансові наслідки	8
	Усього:	80

### 5. Методи навчання

При вивченні дисципліни «Ціноутворення» використовуються такі методи навчання: лекції, практичні заняття, консультації і самостійна робота.

Лекція – основна форма проведення навчальних занять у навчальному закладі, призначена для засвоєння теоретичного матеріалу. Лекції мають за мету консультативно-оглядове означення проблеми та можливих напрямів її



вирішення; проводяться із використанням слайдів за допомогою мультимедійного проектора.

Практичне заняття – форма навчального заняття, за якого викладач організує дискусію щодо попередньо визначених тем, до котрих студенти готують тези виступів на підставі індивідуально виконаних завдань (рефератів). На практичних заняттях організовується обговорення студентами питань з попередньо визначених робочою програмою тем у формі дискусій, обговорювання та рецензування есе, рефератів, доповідей. Практичні заняття призначені для детального розгляду окремих теоретичних положень навчальної дисципліни, формування умінь та навичок їх практичного використання шляхом виконання практичних завдань, вправ, кейсів.

Консультація – форма навчального заняття, за якої студент отримує відповіді від викладача на конкретні запитання або пояснення певних теоретичних положень чи аспектів їх практичного застосування. Консультація може бути індивідуальною або проводитися для групи студентів залежно від того, чи викладач консулює студентів з питань, пов'язаних із виконанням індивідуальних завдань, чи з теоретичних питань навчальної дисципліни.

Під час проведення лекційних, практичних занять, поряд з традиційними використовуються інноваційні форми та методи викладання навчального матеріалу, а саме: інтерактивні лекції, обговорення, диспути, або дебати, реферативні доповіді тощо.

Самостійна робота студентів є основним засобом опанування навчальним матеріалом, засвоєння теоретичних знань, набуття умінь та практичних навичок у поза аудиторний час. У процесі самостійної роботи студенти вивчають теоретичні положення дисципліни, здійснюють самоконтроль своїх знань та вмінь. До самостійної роботи студентів входить:

- опрацювання лекційного матеріалу;
- самостійне вивчення окремих питань курсу на основі навчальної літератури, монографій, наукових статей, законодавчих та нормативних актів;
- підготовка до обговорення окремих питань курсу;
- підготовка до практичних занять;
- розв'язування задач та виконання розрахункових завдань;
- підготовка рефератів тощо.

Самостійна робота здобувачів освіти передбачає виконання реконструктивно-варіативних, частково-пошукових та навчально-дослідних завдань, зокрема: вивчення окремих питань теорії ціноутворення та практики формування цін у ринковій економіці; опрацювання та реферування нормативно-правових актів і методичних матеріалів у сфері державного регулювання цін, внутрішніх положень підприємств щодо цінової політики, аналітичних матеріалів профільних органів і галузевих об'єднань; аналіз, синтез, порівняння та узагальнення економічних процесів, явищ і закономірностей формування цін, взаємозв'язку ціни з попитом, витратами, конкуренцією та фінансовими результатами діяльності підприємства, висвітлених у наукових публікаціях,



аналітичних звітах, періодичних виданнях економічного спрямування та на офіційних вебресурсах державних органів і суб'єктів господарювання; підготовку відповідей на попередньо визначені запитання; складання таблиць, схем, графіків і діаграм; підготовку до виступів на практичних заняттях та участь в обговоренні ситуаційних, розрахункових і аналітичних завдань з проблематики ціноутворення.

Самостійна робота складається з двох частин: теоретичної і практичної. Теоретична частина самостійної роботи складається з теоретичних питань, перед виконанням яких, студенту слід ознайомитись з підручниками, монографіями, періодичними виданнями, нормативними документами; зібрати, проаналізувати та узагальнити теоретичний і практичний матеріал стосовно конкретного питання. Практична частина самостійної роботи передбачає виконання завдань прикладного характеру, зокрема розв'язання ситуаційних задач (тестів), аналіз практичних кейсів, підготовку аналітичних матеріалів, таблиць, схем і висновків із використанням набутих теоретичних знань. Формами контролю за самостійною роботою студентів може бути: співбесіда, круглий стіл, реферат, тестування.

Співбесідою передбачається скорочена доповідь викладачеві, аналіз підібраних матеріалів по темі, надання особистих висновків.

Круглий стіл передбачає колективне обговорення групою теми, яку призначає викладач з колективним складанням висновків.

Реферат (доповідь) передбачає написання з обраної теми скороченої роботи, до складу якої входить: обґрунтування важливості обраної теми, стислий виклад матеріалу підбраної літератури з даної теми, докладний розгляд питань, обґрунтування висновків. До реферату додається список використаної літератури. Обсяг реферату – не менше 5 друкованих сторінок.

Тестування передбачає виконання студентами різних видів тестових завдань за темами дисципліни з метою перевірки рівня засвоєння теоретичного матеріалу, розуміння основних понять, категорій і закономірностей, а також здатності застосовувати набуті знання для розв'язання типових навчальних завдань.

## 6. Методи контролю

Для визначення успішності навчання використовуються контрольні заходи. Контрольні заходи включають поточний та підсумковий контроль.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретного завдання. Під час вивчення даної дисципліни використовуються такі форми поточного контролю: усне експрес-опитування; практичні, ситуативні, рольові завдання; індивідуальні письмові контрольні завдання; реферати (оглядові, тематичні); ініціативні доповіді студентів з питання, яке окремо досліджується.

Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання після закінчення вивчення дисципліни (семестровий контроль) або логічного



завершення розділів (проміжний контроль). Формою підсумкового контролю після закінчення вивчення дисципліни є залік.

### 6.1. Питання для підсумкового контролю

1. Розкрийте сутність ціни як економічної категорії та інструменту управління підприємством.
2. Охарактеризуйте функції ціни в умовах ринкової економіки та їх значення для діяльності підприємства.
3. Поясніть взаємозв'язок ціни, попиту і пропозиції в ринковій економіці.
4. Проаналізуйте еволюцію теорій ціноутворення та відмінності між класичними, неокласичними й інституційними підходами.
5. Охарактеризуйте склад і структуру ціни залежно від каналів руху товарів.
6. Порівняйте вільні, регульовані та фіксовані ціни та умови їх застосування.
7. Розкрийте економічну сутність торговельних націнок і їх роль у формуванні кінцевої ціни.
8. Поясніть вплив територіальної та часової диференціації цін на конкурентоспроможність товару.
9. Дайте характеристику ринкової кон'юнктури та основних кон'юктуроутворюючих факторів ціноутворення.
10. Проаналізуйте роль конкуренції у формуванні ринкових цін.
11. Охарактеризуйте поведінкові та споживчі фактори впливу на ціноутворення.
12. Розкрийте механізм державного регулювання цін та його вплив на ринкове середовище.
13. Поясніть роль витрат підприємства у формуванні ціни продукції.
14. Охарактеризуйте види собівартості продукції та їх значення для ціноутворення.
15. Порівняйте основні методи калькулювання продукції та умови їх застосування.
16. Проаналізуйте вплив структури витрат на рівень ціни та фінансові результати підприємства.
17. Розкрийте місце ціноутворення у системі стратегічного управління підприємством.
18. Охарактеризуйте основні етапи розробки стратегії ціноутворення.
19. Порівняйте стратегії проникнення на ринок та стратегію «зняття вершків».
20. Проаналізуйте ризики реалізації цінових стратегій та методи оцінки їх ефективності.
21. Поясніть сутність цінової політики та її роль у маркетинговій діяльності підприємства.
22. Охарактеризуйте основні цілі та завдання цінової політики підприємства.
23. Проаналізуйте значення аналізу попиту та витрат у процесі формування цін.
24. Розкрийте вплив життєвого циклу товару на цінову політику підприємства.
25. Охарактеризуйте класифікацію методів встановлення цін на товар.



26. Порівняйте витратні та ринкові методи ціноутворення, їх переваги й обмеження.
27. Розкрийте сутність психологічних методів ціноутворення та умови їх застосування.
28. Поясніть роль економетричних і статистичних методів у процесі встановлення цін.
29. Поясніть поняття конкурентоздатності товару та роль ціни у її забезпеченні.
30. Охарактеризуйте етапи формування ціни з урахуванням конкурентоздатності товару.
31. Розкрийте сутність поняття «байдужої» ціни та методи її визначення.
32. Проаналізуйте особливості ціноутворення за різних моделей конкуренції.
33. Розкрийте економічну сутність і класифікацію цінових знижок.
34. Проаналізуйте вплив цінових знижок на обсяг реалізації та прибуток підприємства.
35. Охарактеризуйте надбавки до ціни та їх роль у формуванні кінцевої ціни товару.
36. Поясніть уцінку товарів як інструмент цінової політики та її фінансові наслідки.
37. Охарактеризуйте внутрішні та зовнішні причини зміни цін на продукцію.
38. Проаналізуйте реакцію споживачів і конкурентів на зміну цін.
39. Поясніть вплив зміни ціни на обсяг збуту та прибуток підприємства.
40. Розкрийте сутність маржинального аналізу та його роль у фінансовому обґрунтуванні цінових рішень.

## 7. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється за шкалою Інституту (0-100), національною шкалою та шкалою ECTS на підставі нормативних документів.

### 7.1. Схема нарахування балів з дисципліни

Види та зміст обов'язкових завдань	Максимальна кількість балів	Примітки
5-й семестр		
Підготовка та робота на практичних заняттях	40	
Самостійна робота	40	
Підсумковий (модульний) контроль	20	
Разом:	100	



## 7.2. Умови нарахування балів

1. Підготовка та робота на практичних заняттях передбачає: самостійне конспектування і виконання всіх передбачених програмою питань / завдань; підготовка та виступ з рефератом; активну участь в обговоренні відповідей інших студентів, із висловленням власних думок, спостережень, критичних зауважень.

2. Кількість балів за підсумковий контроль визначається за результатами відповідей студента на два види завдань (тести та практичне завдання), що містяться у білеті. Студенту зараховується 20 – 16 балів, якщо він правильно виконав понад 90% тестових завдань і практичне завдання, 15 – 11 балів, якщо правильно відповів на 70-89% тестів і практичне завдання, 10 – 6 балів, якщо правильно відповів на 50-69% тестових завдань і 0 – 5 балів, якщо студент виконав менше 50% тестових завдань.

## 7.3. Критерії підсумкового оцінювання

Проміжок за накопичувальною шкалою Університету	Оцінка чотирибальною національною шкалою
90 та вище	відмінно
70 – 89	добре
50 – 69	задовільно
1 – 49	незадовільно

## 8. Методичне забезпечення

До уваги студентів: усі навчально-методичні матеріали (робоча програма навчальної дисципліни (силабус), конспект лекцій, плани практичних занять і самостійної роботи тощо) подані в Moodle: <https://dist.krok.edu.ua/course/view.php?id=3363>

## 9. Рекомендована література

### Базова

1. Верхоглядова Н.І., Ільїна С.Б., Іваннікова Н.А., Слабко Я.Я., Лисенко Ю.В. Основи ціноутворення: Навчальний посібник. К.: Кондор, 2006 р. 252 с.
2. Колесников О.В. Ціноутворення. Видання 3-є виправлене та доповнене. Навч. пос. К.: Центр учбової літератури, 2007. 144 с.
3. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення. Навчальний посібник К.: «Центр учбової літератури», 2012. 480 с.
4. Макаренко Н. О., Лищенко М. О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с.



5. Непрана А.В., Дмитрієва І.А. Ціни і ціноутворення: Підручник. Харків: ПП Іванченка, 2024. 446 с.
6. Олійник Д.І., Кириченко О.А., Денисенко М.П. Основи ціноутворення: підручник. К. : Видавничий дім «Професіонал», 2009. 343 с.
7. Шкварчук Л.О. Ціноутворення : Підручник. К. : Кондор. 2008. 460 с.
8. Якубовська Н. Маркетингове ціноутворення: навч. посіб. Рівне: О. Зень, 2023. 127 с.

### Допоміжна

9. Агеев Є.Я., Шахматова Т.В., Піча С.В. Ціноутворення: теорія та практикум. Навч. посібник. 2-ге видання, стереотипне. Львів : «Новий Світ-2000», 2025. 374 с.
10. Бакунов О.О., Кучеренко Ю. О. Цінова політика підприємства: навч. посіб. Донецьк: ДонНУЕТ, 2016. 111 с.
11. Кифяк В., Водянка Л., Сибирка Л. Ціноутворення у підприємницькій діяльності: навч. посіб.; Чернівець. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича : Рута, 2020. 192 с.
12. Корінев В.Л., Корецький М.Х., Дацій О.І. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019, 200 с.
13. Круш П.В., Андрусь О. І. Ціноутворення: Підручник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського: Політехніка, 2019. 291 с.
14. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Завадських Г.М. Ціноутворення: курс лекцій. Мелітополь: Люкс, 2020. 193 с
15. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
16. Останкова Л., Літвінов Ю., Літвінова Т. Ціноутворення в умовах ринку: підручник. Центр навчальної літератури, 2019. 400 с.
17. Паундстоун В. 9,99. Міф про чесну ціну / пер. з англ. Д. Кожедуб. Київ: Наш Формат, 2018. 344 с.
18. Петрушка Т.О., Юхман Я.В. Ціноутворення : навчальний посібник. Львів : «Новий Світ-2000», 2025. 136 с.
19. Шпичак О.М., Бондар О.В., Шпичак О.О. Теоретико-методологічні та практичні основи ціноутворення: колект. монографія. Київ: Компринт, 2017. 544 с.
20. Шульга О.А, Ціноутворення: курс лекцій: навчальний посібник. Київ: НПУ імені М.П, Драгоманова. 2015. 111 с.

### Комунікації

1. Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є **Moodle**. Важливі повідомлення загального характеру – зокрема, оголошення про



терміни подання контрольних робіт та інше – регулярно розміщуються викладачем на форумі курсу.

2. Електронне забезпечення навчання (*Moodle*):

» Якщо забули пароль/логін, відправте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: [dist.center@krok.edu.ua](mailto:dist.center@krok.edu.ua).

» Лекції, плани практичних занять, завдання для самостійного опрацювання, методичні рекомендації для виконання курсової роботи та інше навчально-методичне забезпечення дисципліни розміщені на платформі *Moodle*: дисципліна «Ціноутворення».

» Інші засоби зв'язку: *Moodle* (форум курсу, приватні повідомлення).

3. Для оперативного отримання повідомлень про оцінки та нову інформацію, розміщену на сторінці дисципліни у *Moodle*, будь ласка, переконайтеся, що адреса електронної пошти, зазначена у вашому профайлі на *Moodle*, є актуальною, та регулярно перевіряйте папку «Спам». Якщо за технічних причин доступ до *Moodle* є неможливим, або ваше питання потребує термінового розгляду, направте електронного листа з позначкою «Важливо» на адресу [dist.center@krok.edu.ua](mailto:dist.center@krok.edu.ua). У листі обов'язково вкажіть ваше прізвище та ім'я, курс та шифр академічної групи.

4. Для проведення он-лайн лекцій, практичних занять використовується платформа *MS Teams*. Увійдіть за допомогою свого імені користувача і пароля Office 365.

5. З розкладом занять можливо ознайомитись на сайті Інституту.

Для цього Вам потрібно обов'язково авторизуватись в системі Office 365. У разі виникнення запитань щодо входу у Ваш кабінет, пишіть на адресу [support@krok.edu.ua](mailto:support@krok.edu.ua)

Для персональних запитів використовується сервіс приватних повідомлень *Outlook* (корпоративна пошта Університету «КРОК» викладача курсу). Відповіді на запити студентів подаються викладачем впродовж трьох робочих днів.

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

**Склав** викладач циклової комісії фундаментальних дисциплін, туризму та фінансів Ковальчук Андрій Петрович.

**Ухвалено** цикловою комісією фундаментальних дисциплін, туризму та фінансів (протокол № 2 від 23.09.2025 р.).