

**Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького
факультет інформатики, математики та економіки
кафедра економіки та готельно-ресторанного бізнесу**

Назва курсу	ЦІНОУТВОРЕННЯ
Викладачі	Біляєв Сергій Сергійович
Профайл викладачів	http://fim.mdpu.org.ua/fakultet-informatiki-matematiki-ta/kafedra-ekonomiky-ta-gotelno-restorannogo-biznesu/sklad-kafedry/bilyayev-sergij-sergijovich/
Контактний тел.	067-613-55-43
E-mail:	Classbmw316@ukr.net
Сторінка курсу в CMS	
Консультації	<i>Очні консультації:</i> 6 годин кожного навчального дня присутності в каб 7. Факультет інформатики, математики та економіки. <i>Он лайн- консультації:</i> mdpu_grseconom@ukr.net кожного навчального дня 9.00.-12.00.

1.Анотація до курсу

Програму навчальної дисципліни «Ціноутворення» складено відповідно до освітньої програми «Економіка та бізнес».

Навчальна дисципліна «Основи бізнесу» призначена для надання студентам знань про сутність бізнесу, бізнес-моделі, теорію і практику підприємницької діяльності, бізнес-планування, організацію розрахунків у бізнесі.

Актуальність вивчення. З огляду на сучасний стан вітчизняної економіки, що об'єктивно супроводжується суттєвим зростанням інформаційного навантаження на управлінський персонал, в Україні зростають потреби у

висококваліфікованих фінансових аналітиках, здатних працювати в умовах новітніх інформаційних технологій. Будь-яка діяльність, передусім виробнича, потребує чіткого розуміння формування цін.

Контроль за видами діяльності студентів здійснюється шляхом поточного оцінювання знань, періодичним контролем за тестами.

За результатами суми балів, набраних 2 періодичні контрольні точки, виставляється підсумкова оцінка за національною, 100-бальною шкалами і ECTS.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є відносини, що виникають у процесі формування цін на продукцію та послуги підприємств.

2. Мета та цілі курсу

Метою вивчення дисципліни «Ціноутворення» є формування у студентів комплексу знань з теоретичних та методологічних основ ціноутворення, оволодіння ними прийомами розробки цінової політики і стратегії, методами розрахунків внутрішніх, зовнішньоторговельних, світових, оптових і роздрібних цін, цін міжнародних контрактів та ін. Предметом дисципліни «Ціноутворення» є процеси й методи формування та оцінювання потенціалу підприємства.

Основними цілями вивчення дисципліни «Ціноутворення» є розуміння необхідності розуміння формування ціни.

3. Формат курсу

Очний (*offline*) та Дистанційний (*online, MOOC*) - курс без очної складової.

Перелік компетентностей, які набуваються під час опанування дисципліною:

Спеціальні компетентності:

СК6. Здатність застосовувати економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач.

СК7. Здатність застосовувати комп'ютерні технології та програмне забезпечення з обробки даних для вирішення економічних завдань, аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів.

СК8. Здатність аналізувати та розв'язувати завдання у сфері економічних та соціально-трудових відносин.

СК10. Здатність використовувати сучасні джерела економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів.

СК11. Здатність обґрунтовувати економічні рішення на основі розуміння закономірностей економічних систем і процесів та із застосуванням сучасного методичного інструментарію.

СК12. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.

СК13. Здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності.

СК14. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в одній або декількох професійних сферах з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

4. Програмні результати навчання:

РН3. Знати та використовувати економічну термінологію, пояснювати базові концепції мікро- та макроекономіки,

РН4. Розуміти принципи економічної науки, особливості функціонування економічних систем.

РН5. Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади).

РН6. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності.

РН7. Пояснювати моделі соціально-економічних явищ з погляду фундаментальних принципів і знань на основі розуміння основних напрямів розвитку економічної науки.

РН8. Застосовувати відповідні економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач.

РН9. Усвідомлювати основні особливості сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави.

РН10. Проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності.

РН11. Вміти аналізувати процеси державного та ринкового регулювання соціально-економічних і трудових відносин.

РН12. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.

РН21. Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів.

5. Результати навчання

Після вивчення дисципліни «Ціноутворення» студенти повинні:

знати:

- загальну характеристику системи цін, їх основні види та функції;
- склад ціни та формування її елементів
- концепції та методи ринкового ціноутворення;
- особливості установалення цін на зовнішньому ринку;
- методології розробки цінової політики та стратегії підприємства
- цілі та методи державного регулювання цін, їх вплив на економічні процеси;
- особливості ціноутворення у галузях матеріального виробництва та у сфері послуг.

вміти:

- застосовувати на практиці знання щодо формування цінової політики і стратегії підприємства;
- знати інструментарій, потрібний для виробки ефективних цінових рішень. – обирати методи ціноутворення в залежності від ринкових умов, сфери і цілей діяльності підприємства;
- ефективно використовувати ці методи на практиці.
- розробити бізнес-план та розраховувати показники оцінки його ефективності; – обчислити показники ефективності підприємницької діяльності.

5. Обсяг курсу аналіз та оцінювання ризиків

Вид заняття	лекції	практичні заняття	самостійна робота
Кількість годин	28	48	104

6. Ознаки курсу:

Рік викладання	семестр	спеціальність	Курс, (рік навчання)	Обов'язкова\вибірковий
2020	5	«Економіка бізнесу»	3	в

7. Технічне й програмне забезпечення /обладнання

Технічні засоби навчання: комп'ютер, проектор.

Програмні засоби: презентація лекцій, яка містить текстові та графічні матеріали.

Роздатковий матеріал для вирішення економічних задач, ситуацій.

8. Політики курсу

Жодні форми порушення академічної доброчесності. Студент зобов'язаний відпрацювати всі пропущені лабораторні, практичні або семінарські заняття протягом двох тижнів. Невідпрацьовані заняття (невиконання навчального плану) є підставою для недопущення студента до підсумкового контролю («Положення про бально-накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Мелітопольському державному педагогічному університеті імені Богдана Хмельницького»).

Студент, який навчається стабільно на «відмінні» оцінки і саме такі оцінки має за періодичні контролю, накопичує впродовж вивчення навчального курсу 90 і більше балів, має право не складати екзамен з даної дисципліни («Положення про бально-накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Мелітопольському державному педагогічному університеті імені Богдана Хмельницького»).

9. Схема курсу

Тиж. / дата / год.	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття) / Формат	Матеріали	Література Ресурси в інтернеті	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
4 акад. год.	ТЕМА 1. Теоретичні основи ціноутворення Основні теорії ціноутворення. Теорія трудової вартості, теорія витрат виробництва, теорія трьох чинників, теорія граничної корисності, неокласична теорія. Попит і пропозиція як ціноутворюючі чинники. Закон попиту.	Лекція, F2F	Презентація	Донець Л. І., Романенко Н. Г. Основи підприємництва : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 320 с.	Передивитись презентацію 2 год	2 бали	
		Практичне заняття	Роздатковий матеріал	http://www.nbu.gov.ua/	Виконання завдання 2 год	6 балів	
4 акад. год.	ТЕМА 2. Види та функції цін Система цін. Ціни світового та внутрішнього ринків. Класифікація цін за рівнем свободи. Диференціація цін за галузевою формою продукції. Ціна підприємства і ціна реалізації, їх взаємозв'язок. Класифікація цін за територіальним поширенням.	Лекція F2F	Презентація	http://www.nbu.gov.ua	Передивитись презентацію, 2 год	2 бали	
		Практичне заняття	Роздатковий матеріал	http://www.nbu.gov.ua	Виконання завдання 2 год	6 балів	

6 акад. год.	ТЕМА 3. Склад ціни та формування її елементів Склад ціни. Обов'язкові та необов'язкові елементи ціни. Структура ціни. Роль витрат у формуванні ціни. Групування витрат за елементами та статтями калькуляції.	Лекція <i>F2F</i>	Презентація	http://www.nbu.gov.ua	Передивитись презентацію, <i>4 год</i>	2 бали	
		Практичне заняття	Роздатковий матеріал		Виконання завдання 2 год.	6	
4 акад. год.	ТЕМА 4. Методи ринкового ціноутворення Витратні методи ціноутворення. Метод повних витрат. Метод надбавок. Метод беззбитковості та цільового прибутку. Графік беззбитковості. Визначення точки беззбитковості аналітичним шляхом. Методи, що спираються на попит.	Лекція <i>F2F</i>	Презентація	http://www.nbu.gov.ua <u>v</u>	Передивитись презентацію, <i>2 год</i>	2	
		Практичне заняття	Роздатковий матеріал		Виконання завдання 2 год.	6	
4 акад. год.	ТЕМА 5. Ціноутворення на зовнішньому ринку Особливості формування цін на зовнішньому ринку. Світові ціни та їх характеристика. Біржові котирування. Ціни товарних аукціонів. Ціни торгів. Ціни міжнародних контрактів та способи їх фіксації. Врахування в цінах базисних умов поставок.	Лекція <i>F2F</i>	Презентація	http://www.nbu.gov.ua	Передивитись презентацію, <i>2 год</i>	2	
		Практичне заняття	Роздатковий матеріал		Виконання завдання 4 год.	6	

8 акад. год.	ТЕМА 6. Цінова політика підприємства Цінова політика підприємства та її основні цілі. Необхідність проведення аналізу умов беззбитковості та його завдання. Визначення мінімальної зміни обсягу реалізації за умови зміни самої ціни. Умови досягнення беззбитковості при зміні ціни та змінних витрат. Вплив на беззбитковий приріст реалізації зміни постійних витрат. Графік досягнення беззбитковості продажу при одночасній зміні ціни та постійних витрат.	Лекція <i>F2F</i>	Презентація	http://www.n buv.gov.ua	Передивитись презентацію, <i>4 год</i>	2	
		Практичне заняття	Роздатковий матеріал		Виконання завдання 4 год.	6	
8 акад. год.	ТЕМА 7. Державна цінова політика та її вплив на економічні процеси Цінова політика держави та її основні цілі. Необхідність державного регулювання цін. Основні форми втручання держави у процес ціноутворення. Пряме регулювання цін та його методи. Непрямі методи державного регулювання цін.						

10. Система оцінювання та вимоги

Форма контролю 3 семестр – іспит.

30 балів – письмовий модульний контроль (ПМК), що містить питання змістовних модулів дисципліни, в тому числі тем самостійної роботи.

20 балів – поточний контроль. (згідно академічного журналу)

Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням:

За семестр з курсу дисципліни проводяться два періодичні контролю (ПКР), результати яких є складовою результатів контрольних точок першої (КТ1) і другої (КТ2). Результати контрольної точки (КТ) є сумою поточного (ПК) і періодичного контролю (ПКР): $КТ = ПК + ПКР$. Максимальна кількість балів за контрольну точку (КТ) складає 50 балів.

Максимальна кількість балів за періодичний контроль (ПКР) становить 60% від максимальної кількості балів за контрольну точку (КТ), тобто 30 балів. А 40% балів, тобто решта балів контрольної точки, є бали за поточний контроль, а саме 20 балів.

11. Рекомендована література

Основна

1. Артус М.М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки: монографія /Артус М.М. – Тернопіль: Економічна думка, 2012. – 382 с.
2. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: навч.посібн./ Балабанова Л.В., Сардак О.В. – К.: Професіонал, 2004. – 156 с.
3. Бакунов О.О.Цінова політика підприємства : [навчальний посібник] / О.О. Бакунов, Ю.О. Кучеренко. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2016. – 111 с.
4. Березін О.В. Управління ціноутворенням : навчальний посібник / О.В. Березін, Ю.В. Карпенко ; Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі». – Суми : Університетська книга, 2012. – 175 с.
5. Верхоглядова Н.І. Основи ціноутворення: навч. посібник/ Н.І. Верхоглядова та ін. – К.: Кондор, 2007. – 252 с.
6. Закони України «Про ціни і ціноутворення», «Про природні монополії» : за станом на 21 березня 2013 року / Верховна Рада України. – Видання Київ : Парламентське видавництво, 2013. – 28, [2] с.
7. Лошенко І.Р. Маркетингова цінова політика : навчальний посібник / І.Р. Лошенко, А.М. Гуменюк, Ю.Б. Чаплінський. – Київ : Дакор : КНТ, 2008. – 184 с.
8. Колесников О.В. Ціноутворення: навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007 – 144 с.
9. Корінев В.Л. Цінова політика підприємства. – К.:КНЕУ, 2001. – 257 с.
10. Малініна Н.М. Ціни і ціноутворення : практикум / Н.М. Малініна, І.В. Причепя, В.В. Кавецький ; Міністерство освіти і науки України, Вінницький національний технічний університет. – Вінниця : ВНТУ, 2015. – 63 с.
11. Маркетингова цінова політика : опорний конспект лекцій / [укладач К.М. Прохоренко] ; Укоопспілка, Львівська комерційна академія. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2010. – 55 с.

Додаткова

12. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика : навчальний посібник [для студентів вищих навчальних закладів] / М.А. Окландер, О.П. Чукурна. – Київ : Центр учбової літератури, 2012. – 238 с.
13. Павленко А.Ф. Маркетингова політика ціноутворення: монографія / Павленко А.Ф., Корнієв В.Л. – К.:КНЕУ, 2004. – 329 с.
14. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення : навч. посібн. / Пінішко В.С. – Львів: «Інтелект- захід», 2006. – 488 с.
15. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення : навчальний посібник / В.С. Пінішко, О.С. Рудницька, О.І. Юсипович ; Укоопспілка, Львівська комерційна академія. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2013. – 191 с.
16. Сипко Т.Д. Ціноутворення : у трьох частинах / Т.Д. Сипко, О.Є. Гросицька, О.М. Заботін ; Міністерство освіти і науки України, Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова. В 3 ч. – Ч.1. Ціни та їх взаємодія з іншими категоріями – Миколаїв : [НУК], 2006 – 108 с.
17. Сипко Т.Д. Ціноутворення : у трьох частинах / Т.Д. Сипко, О.Є. Гросицька, О.М. Заботін ; Міністерство освіти і науки України, Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова. В 3 ч. – Ч.2. Технологія ціноутворення та управління цінами. – Миколаїв : [НУК], 2006 – 92 с.
18. Тормоса Ю.Г. Ціни та цінова політика: навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2010. – 234 с.
19. Україна. Закон. Про ціни і ціноутворення: від 21 червня 2012 р. № 5007-VI (із змінами і доповненнями)/. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу. www.rada.gov.ua
20. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: навч. посібник. 3-тє вид., виправл. – К.: Кондор, 2005. – 214 с.
21. Ціни і ціноутворення : навчальні завдання до практичних занять / [укладачі : М.Я. Вірт, О.І. Юсипович] ; Центральна спілка споживчих товариств України, Львівська комерційна академія. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2015. – 65 с.

13. Інформаційні ресурси в Інтернет

1. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського // <http://www.nbuv.gov.ua>
2. Офіційна Інтернет-сторінка Міністерства економіки України // <http://www.me.gov.ua>
3. Офіційна Інтернет-сторінка Державного комітету статистики України // <http://www.ukrstat.gov.ua>