

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО**

**Факультет економіки та бізнесу**

Кафедра маркетингу

ПОГОДЖЕНО

Гарант ОПП

к.е.н., доцент

«\_\_\_\_\_»

 Анастасія КОНОВАЛЕНКО

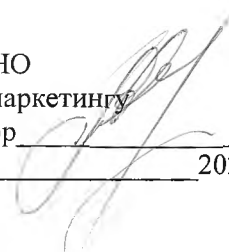
2020 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри маркетингу

д.е.н., професор

«\_\_\_\_\_»

 Дар'я ЛЕГЕЗА

2020 р.

**ПРОГРАМА НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВО - СИЛАБУС**

з дисципліни «Маркетингове ціноутворення» (обов'язкова)

(найменування та статус компоненти: обов'язкова або за вибором студента)

для спеціальності 075 «Маркетинг» за ОПП «Маркетинг»

(шифр, найменування спеціальності, освітньої програми)

форма навчання

денна

(денна, заочна)

Кількість кредитів

6 кредитів

Курс

3/1

Семестр

5-й/1-й

Змістовних модулів (підсумкових модульних контролів) – 2

СРС

114 годин

Форма контролю

екзамен

*(екзамен або диференційований залік)*

Загальна кількість годин 180 годин

2020 – 2021 н.р.

**«МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ».** Силабус для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» факультету економіки та бізнесу, спеціальності 075 «Маркетинг» - Мелітополь.: ТДАТУ, 2020. – 7с.

Силабус складений на підставі «Положення про програму навчання здобувачів вищої освіти – силабус» Мелітополь: ТДАТУ, 2019. – 16с.

Розробник (и): Шквиря Н.О., к.е.н., доцент

Рецензент: Кучеркова С.В., к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування

Силабус затверджений на засіданні кафедри маркетингу  
Протокол № \_\_\_\_\_ від « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 року  
Завідувач кафедри «Маркетинг»  
д.е.н., професор \_\_\_\_\_ Дар'я ЛЕГЕЗА

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу зі спеціальності  
075 «Маркетинг» ступеня вищої освіти «Бакалавр»  
Протокол № 2 від « 03 » вересня 2020 року  
Голова, доц. Костякова Анна КОСТЯКОВА

## 1. Анотація курсу та Веб-сайт його розміщення

Курс спрямований на формування у студентів базових знань та вироблення практичних навичок щодо розробки і реалізації маркетингової цінової політики підприємства, а саме на оволодіння системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями ціноутворення, необхідними для забезпечення ефективного управління системою маркетингу.

### Веб-сайт курсу

<http://nip.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=4738> (доступ через особистий логін і пароль для освітнього порталу ТДАТУ)

## 2. Мета викладання дисципліни

Оволодіння теоретичними знаннями і практичними навиками, які необхідні для глибокого розуміння системи маркетингового ціноутворення в ринкових умовах формування системи теоретичних і практичних знань щодо процесу встановлення та аналізу цін, вивчення методів розрахунку цін та принципів їх регулювання

## 3. Завдання вивчення дисципліни

- ✓ ознайомлення з теоретико-методологічною базою маркетингового ціноутворення;
- ✓ оволодіння практичними вміннями і навичками маркетингового ціноутворення.
- ✓ відпрацювання практичних навичок розв'язання завдань маркетингового ціноутворення та виконання відповідних функцій
- ✓ оволодіння знаннями щодо використання різних методів визначення цін згідно з маркетинговою стратегією підприємства, з урахуванням зміни кон'юнктури ринку, вимог чинних законодавчих і нормативних актів щодо регулювання цін, правил продажу товарів.

## 4. Результати навчання – компетентності (з урахуванням soft skills)

Програмні результати, досягнення яких забезпечує навчальна дисципліна:

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>знання</b>      | показати знання та розуміння сутності та значення управління цінами у ринковій економіці, основних принципів формування цінової політики, методичних підходів до ціноутворення в системі маркетингу, маркетингових стратегій ціноутворення, складу та структури ціни                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>уміння</b>      | <ul style="list-style-type: none"><li>- аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності (РН2);</li><li>- застосовувати набуті знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу (РН3);</li><li>- збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію (РН4);</li><li>- використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію (РН7);</li><li>- застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища (РН8);</li><li>- оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень (РН9).</li></ul> |
| <b>комунікація</b> | донесення до фахівців і нефахівців інформації про місце і значення маркетингового ціноутворення для досягнення цілей діяльності підприємства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>soft skills</b> | виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

Після успішного проходження курсу здобувач вищої освіти володітиме наступними компетенціями:

ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів маркетингу та характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.  
 ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.  
 ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.  
 ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

#### 5. Пререквізити

Дисципліни, що передують вивченню даної дисципліни: Маркетинг, товарознавство, тара і упаковка

#### 6. Постреквізити

Дисципліни, які спираються на вивчення даної дисципліни: Управління маркетинговими проектами, поведінка споживача, маркетингова товарна політика

#### 7. Інформація про викладача

Викладач (-і): Шквиря Наталя Олександрівна, к.е.н., доц.кафедри маркетингу;  
<http://feb.tsatu.edu.ua/teacher/shkvirya-nataliya-oleksandrivna/>

Е-mail викладача: natalia.shkvirya@tsatu.edu.ua

#### 8. Структура курсу

| Номер тижня                                                            | Вид занять            | Тема заняття або завдання на самостійну роботу                                   | Кількість |      |     |     | балів |
|------------------------------------------------------------------------|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|-----|-----|-------|
|                                                                        |                       |                                                                                  | годин     |      |     |     |       |
|                                                                        |                       |                                                                                  | лк        | лаб. | пр. | СРС |       |
| Змістовий модуль 1. «Теоретичні аспекти маркетингового ціноутворення»» |                       |                                                                                  |           |      |     |     |       |
| 1                                                                      | Лекція 1              | Введення в ціноутворення                                                         | 2         | -    | -   | -   | -     |
|                                                                        | Практичне заняття №1  | Введення в ціноутворення                                                         | -         | -    | 2   | -   | 2     |
|                                                                        | Практичне заняття №2  | Ринковий механізм ціноутворення                                                  | -         | -    | 2   | -   | 2     |
|                                                                        | Самостійна робота     | Робота на навчально-інформаційному порталі                                       | -         | -    | -   | 9   | 1     |
| 2                                                                      | Лекція 2              | Формування цінової політики                                                      | 2         | -    | -   | -   | -     |
|                                                                        | Практичне заняття №3  | Цінові рішення на основі затратної моделі                                        | -         | -    | 4   | -   | 2     |
|                                                                        | Самостійна робота     | Робота на навчально-інформаційному порталі                                       | -         | -    | -   | 9   | 2     |
| 3                                                                      | Лекція 3              | Ціна як інструмент маркетингової цінової політики                                | 2         | -    | -   | -   | -     |
|                                                                        | Практичне заняття №5  | Встановлення ціни на товар в умовах зниження попиту на ринку                     | -         | -    | 4   | -   | 2     |
|                                                                        | Самостійна робота     | Робота на навчально-інформаційному порталі                                       | -         | -    | -   | 9   | 2     |
| 4                                                                      | Лекція 4              | Система цін та їх класифікація                                                   | 2         | -    | -   | -   | -     |
|                                                                        | Практичне заняття №6  | Система цін та їх класифікація                                                   | -         | -    | 4   | -   | 2     |
|                                                                        | Самостійна робота     | Робота на навчально-інформаційному порталі                                       | -         | -    | -   | 9   | 1     |
| 5                                                                      | Лекція 5              | Фактори маркетингового ціноутворення                                             | 2         | -    | -   | -   | -     |
|                                                                        | Практичне заняття №7  | Встановлення ціни на новий товар з урахуванням рівня його конкурентоспроможності | -         | -    | 4   | -   | 2     |
|                                                                        | Самостійна робота     | Робота на навчально-інформаційному порталі                                       | -         | -    | -   | 9   | 2     |
| 6                                                                      | Лекція 6              | Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу                          | 2         | -    | -   | -   | -     |
|                                                                        | Практичне заняття № 8 | Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу. Аналіз беззбитковості   | -         | -    | 4   | -   | 3     |

|                                                                      |                       |                                                                                      |           |          |           |           |            |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------|-----------|------------|
|                                                                      | Самостійна робота     | Робота на навчально-інформаційному порталі                                           | -         | -        | -         | 8         | 2          |
| 7,8                                                                  | Самостійна робота     | Підготовка до написання ПМК 1                                                        | -         | -        | -         | 9         | -          |
|                                                                      | ПМК I                 | Підсумковий контроль за змістовий модуль II                                          | -         | -        | -         | -         | 10         |
| <b>Всього за змістовий модуль 1 – 98 год.</b>                        |                       |                                                                                      | <b>12</b> | <b>-</b> | <b>24</b> | <b>62</b> | <b>35</b>  |
| <b>Змістовний модуль 2. «Методологія ціноутворення в маркетингу»</b> |                       |                                                                                      |           |          |           |           |            |
| 9                                                                    | Лекція 7              | Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні                         | 2         | -        | -         | -         | -          |
|                                                                      | Практичне заняття №9  | Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні                         | -         | -        | 4         | -         | 2          |
|                                                                      | Самостійна робота     | Робота на навчально-інформаційному порталі                                           | -         | -        | -         | 9         | 2          |
| 10                                                                   | Лекція 8              | Ціноутворення в міжнародному маркетингу                                              | 2         | -        | -         | -         | -          |
|                                                                      | Практичне заняття №10 | Ціноутворення в міжнародному маркетингу                                              | -         | -        | 2         | -         | 2          |
|                                                                      | Практичне заняття №11 | Встановлення ціни на основі рівня поточних цін                                       | -         | -        | 2         | -         | 2          |
|                                                                      | Самостійна робота     | Робота на навчально-інформаційному порталі                                           | -         | -        | -         | 9         | 2          |
| 11                                                                   | Лекція 9              | Оцінювання помилки і ризиків в ціноутворенні                                         | 2         | -        | -         | -         | -          |
|                                                                      | Практичне заняття №12 | Оцінювання помилки і ризиків в ціноутворенні                                         | -         | -        | 2         | -         | 2          |
|                                                                      | Практичне заняття №13 | Встановлення цін на товар із врахуванням послідовного проходження по сегментах ринку | -         | -        | 2         | -         | 1          |
|                                                                      | Самостійна робота     | Робота на навчально-інформаційному порталі                                           | -         | -        | -         | 8         | 2          |
| 12                                                                   | Лекція 10             | Процедура прийняття рішень щодо визначення ціни                                      | 2         | -        | -         | -         | -          |
|                                                                      | Практичне заняття №14 | Вибір цінової стратегії підприємства                                                 | -         | -        | 4         | -         | 2          |
|                                                                      | Самостійна робота     | Робота на навчально-інформаційному порталі                                           | -         | -        | -         | 8         | 2          |
| 13                                                                   | Лекція 11             | Маркетингові стратегії ціноутворення                                                 | 2         | -        | -         | -         | -          |
|                                                                      | Практичне заняття №15 | Ціноутворення в міжнародному маркетингу                                              | -         | -        | 2         | -         | 2          |
|                                                                      | Практичне заняття №16 | Цінова еластичність попиту                                                           | -         | -        | 2         | -         | 2          |
|                                                                      | Самостійна робота     | Робота на навчально-інформаційному порталі                                           | -         | -        | -         | 9         | 2          |
| 14,15                                                                | Самостійна робота     | Підготовка до написання ПМК II                                                       | -         | -        | -         | 9         | -          |
|                                                                      | ПМК II                | Підсумковий контроль за змістовий модуль II                                          | -         | -        | -         | -         | 10         |
| <b>Всього за змістовий модуль 2 – 82 год.</b>                        |                       |                                                                                      | <b>10</b> | <b>-</b> | <b>20</b> | <b>52</b> | <b>35</b>  |
| <b>Екзамен</b>                                                       |                       |                                                                                      |           |          |           |           | <b>30</b>  |
| <b>Всього з навчальної дисципліни – 180 год.</b>                     |                       |                                                                                      |           |          |           |           | <b>100</b> |

### 9. Методи та форми навчання

Форми навчання:

✓ за рівнем взаємодії здобувача вищої освіти з викладачем: індивідуальне, групове, колективне;

✓ за місцем проведення занять: аудиторне, поза аудиторне.

Методи навчання:

За організацією пізнавальної діяльності: словесні (лекції, дискусії), наочні (презентації), практичні (вправи, виконання розрахункових завдань);

За видами занять: лекції (лекція-візуалізація, лекція-бесіда); практичні заняття (індивідуальні та групові вправи, тематична дискусія, робота в малих групах);

За мотивацією навчально-пізнавальної діяльності (ситуація звернення до життєвого досвіду студентів, заохочення);

За контролем ефективності навчально-пізнавальної діяльності (самоконтроль через виконання тестів на навчально-інформаційному порталі, індивідуальне опитування, фронтальне опитування, ПМК);

За формою стимулювання пошукової та дослідницької діяльності (тематичні дискусії, завдання щодо використання мережі Інтернет, публічні промови і презентації, групові та/або індивідуальні проекти, моделі різних форматів професійних ситуацій).

#### **10. Політика курсу**

Відвідування занять є важливою складовою навчання. За пропуски занять без поважної причини здобувач вищої освіти буде не атестований з даної дисципліни. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані.

Дозволяється вільне відвідування лекцій здобувачам за індивідуальним графіком навчання.

Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.

Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.

Під час виконання письмових тестових завдань недопустимо порушення академічної доброчесності.

Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників навчального процесу, дотримуватися дисципліни, дбайливо ставитись до обладнання та книжкового фонду ТДАТУ, виконувати графік навчального процесу

#### **11. Форма контролю знань**

Щотижнево – бали за роботу на практичних заняттях; в межах кожної теми – бали за самостійну роботу; по завершенню змістовного модуля – бали за ПМК; по завершенню семестру – підсумкові бали, у вигляді іспиту. Результати поточного та підсумково-модульного контролю формують узагальнену оцінку в балах за накопичувальним принципом

#### **12. Шкала оцінювання**

Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання знань студентів ТДАТУ» за 100-бальною шкалою

##### **Критерії оцінювання**

Практичні заняття

Частка вірно виконаних завдань

Самостійна робота (СРС)

Студент опрацьовує питання, що призначені для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування на НІП ТДАТУ (дві спроби – середній результат)

Підсумково-модульний контроль (ПМК І,ІІ)

Відбувається у вигляді тестових завдань та письмових робіт в кінці вивчення змістовних модулів.

Під час модульного контролю оцінюються такі компоненти:

- ✓ Повнота розкриття питання (вірні відповіді)
- ✓ Якість інформації
- ✓ Самостійність.

#### **13. Рекомендована література та інформаційні ресурси**

##### **Рекомендована література**

1. Окландер М. А. Маркетингова цінова політика: Навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2012. 240 с.
2. Маркетингова цінова політика. Навчальний посібник з грифом МОНМС України [Ларіна

- Я.С., Скрипник А.Л., Буряк Р.І., Рябчик А.В. та ін.]. Суми: Папірус, 2011. 199 с.
3. Литвиненко Я.Г. Маркетингова цінова політика: Навч. посіб. К. : Знання, 2010. 294 с.
4. Верхоглядова Н.І, С.Б. Ільїна, Н.А. Іванникова. Основи ціноутворення: Навч. посібник. К.: Кондор, 2007. 252 с.

*Інформаційні ресурси*

1. Методичний кабінет кафедри маркетингу.

2. Internet:

[http:// www.marketing-ua.com](http://www.marketing-ua.com)

[http:// https://marketer.ua](http://https://marketer.ua)

[http:// https://pricereview.com.ua](http://https://pricereview.com.ua)

[http:// http://uam.in.ua](http://http://uam.in.ua)

**14. Пакет дисципліни**

Навчально-інформаційний портал ТДАТУ <http://nip.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=4738>

Наукова бібліотека ТДАТУ <http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/>