



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Маркетингове ціноутворення»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
 Спеціальність **075 Маркетинг**
 Освітня програма «Маркетинг»
 Рік навчання 2022 – 2023, семестр **6**
 Форма навчання денна
 Кількість кредитів ЄКТС 4
 Мова викладання українська

Лектор курсу
 Контактна інформація
 лектора (e-mail)

к.е.н., доцент **Нагорна Олена Вікторівна**
 навчальний корпус № 10, кімната 401
Chetveryck_OV@ukr.net Chetverykolena@gmail.com
Nahorna_olena@nubip.edu.ua
<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=1299>

Сторінка курсу в eLearn

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Завдання, цілі та опис занять: а) ознайомити студентів з особливостями формування цін з використанням елементів та інструментів маркетингу, розрахунок витрат на маркетингову діяльність; б) розрахунок цін на споживчі та промислові товари, аналіз методів ціноутворення, формування собівартості товарів та послуг, види витрат на виробництво та реалізацію продукції, формування витрат на маркетингову діяльність та їх калькулювання, формування цінової політики підприємства, формування цін на різних етапах життєвого циклу товару, розробка та впровадження маркетингових цінових стратегій; с) формування вмінь та навичок з розробки, формування та удосконалення маркетингового ціноутворення, використання цінової політики та цінових стратегій в діяльності вітчизняних підприємств.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінюван ня
5 семестр				
Модуль 1 / Модуль 2				
Тема 1. Теоретичні основи ціни	2/2	Знання - знати та розуміти: 1) особливості розрахунку цін на споживчі та промислові товари; 2) методи розрахунку цін; 3) види цінових політик сучасних підприємства; Навички – буде вміти: 4) розробляти цінову політику та стратегію; 5) формувати калькуляцію на товари та послуги; 6) розраховувати ціну; 7) пропонувати та прораховувати можливість використання знижок підприємствами;	Задача практичних робіт, розв'язування задач. Написання тестів, підготовка презентацій виступів. Розв'язання ситуаційних вправ та задач.	Письмовий іспит (ефекти: 1,2,3,4, 11), оцінювання лекцій під час занять (ефекти: 2,3,4,5,6, 7,8,9,10)
Тема 2. Основи ціноутворення на товари і послуги	4/4			
Тема 3. Формування ціни та її структурні елементи	4/4			
Тема 4. Витрати виробництва як основа формування ціни	4/4			
Тема 5. Цінова політика підприємства на товарному ринку	4/4			
Тема 6. Ціноутворення в мережі Інтернет	2/2			
Тема 7. Ціноутворення у сфері послуг	2/2			

Тема 8. Знижки у системі маркетингового ціноутворення	4/4	8) проводити аналіз цінової політики та процесу ціноутворення;	Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)
Тема 9. Ціноутворення на світовому ринку	4/4	9) розраховувати транспортні тарифи, тарифи на перевезення; 10) формувати цінову політику на міжнародному ринку; Компетенції – буде готовий: 11) вирішувати спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингового ціноутворення.	
	30/30		
Всього за 1 семестр			70
Екзамен			30
Всього за курс			100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перекладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перекладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано