СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ
«__Маркетингова цінова політика_(модуль 2)»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Освітня програма «Маркетинг»
Рік навчання __4___, семестр ___7___
Форма навчання ___денна___(денна, заочна**)**
Кількість кредитів ЄКТС__5___
Мова викладання _українська_(українська, англійська, німецька)

Лектор курсу	**кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі Барилович Олена Михайлівна**
Контактна інформація лектора (e-mail)	**elena.barilovic@gmail.com**
Сторінка курсу в eLearn	https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2853

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

У курсі розглядається процес та особливості формування цінової політики підприємства, зокрема, передумови успішного формування цінової політики, моделі ціноутворення в ринковій економіці, різновиди цінової політики підприємства, чинники, що впливають на її формування, види цінових стратегій і методів, що використовуються при розробці цінової політики підприємства, причини і наслідки цінових змін.

Мета дисципліни – формування у студентів сучасного економічного мислення щодо маркетингової цінової політики підприємства, можливостей застосування маркетингових цінових стратегій і різних методів ціноутворення для успішної її реалізації в умовах вітчизняного ринку.

Завдання дисципліни – здобуття знань стосовно можливостей використання підприємством маркетингової цінової політики для забезпечення стабільності його функціонування на вітчизняному ринку.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати :

- особливості маркетингового підходу до ціноутворення;
- вплив на формування маркетингової цінової політики внутрішніх та зовнішніх факторів;
- методичні підходи до формування маркетингової цінової політики та можливості ринкового коригування ціни;
- маркетингові стратегії ціноутворення;
- етапи процесу формування маркетингової цінової політики підприємства;
- характерні риси цінової політики брендів.

вміти :

- визначити цілі цінової політики і цінових стратегій підприємства;
- здійснювати маркетингові дослідження в процесі реалізації маркетингової цінової політики;
- застосовувати найбільш ефективні цінові стратегії;
- вдало і ефективно проводити політику формування та зміни поточних цін.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	**Години** (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	**Результати навчання**	**Завдання**	**Оцінювання**
7 семестр				
Модуль 1				
ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА				
Тема 1. Цінова політика підприємства в сучасних ринкових умовах	**2/2**	Розуміти Сутність і роль цінової політики в сучасній економіці. Розрізняти види цінової політики	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	**13**
Тема 2. Ціна як інструмент маркетингової цінової політики	**2/2**	Розуміти механізм впливу ціни на обсяг продажу. Аналізувати еластичність попиту на товар. Враховувати психологічне сприйняття ціни.	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	**13**
Тема 3. Роль ціни у конкурентній боротьбі	**2/2**	Розуміти суть поняття «цінова конкуренція». Враховувати конкурентні реакції на зміну цін. Використовувати цінову диференціацію в ціновій політиці.	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	**13**
Тема 4. Чинники, що впливають на формування цінової політики	**4/4**	Аналізувати чинники, що викликають зниження і підвищення ціни. Враховувати чинники, що впливають на цінову чутливість споживачів.	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Виконання індивідуальної роботи Написання тестів, ессе.	**18**
Тема 5. Маркетингові дослідження в процесі формування цінової політики	**4/4**	Аналізувати показники ринкової кон'юнктури і цінової динаміки. Використовувати принципи і методи дослідження чутливості покупців до рівнів цін	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	**13**
Всього за навчальну роботу 1 модуля				**70**
Модульний тест 1				**30**

Всього за 1 модуль				**100**
Модуль 2				
МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА				
Тема 6. Особливості цінової політики підприємства на товарному ринку	**2/2**	Розрізняти цінову політику на різних типах ринків. Враховувати різні чинники при формуванні цінової політики підприємства на товарному ринку	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	**13**
Тема 7. Маркетингові цінові стратегії	**4/4**	Орієнтуватись в різновидах цінових стратегій. Здійснювати оцінюванні і вибір цінової стратегії підприємством	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Підготовка індивідуальної роботи. Написання тестів, ессе.	**18**
Тема 8. Процедура прийняття рішень щодо формування цінової політики підприємства	**4/4**	Знати принципи формування цінової політики підприємства. Використовувати методику розробки цінової політики підприємства.	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	**13**
Тема 9. Коригування цін	**4/4**	Розуміти причини, за яких відбувається зміна встановлених підприємством цін. Знати алгоритм дій підприємства під час зміни цін.	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	**13**
Тема 10. Цінова політика брендів	**2/2**	Розуміти роль ціни у стратегії управління марочними активами. Знати методи і принципи формування цінової політики брендів	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	**13**
Всього за навчальну роботу 2 модуля				**70**
Модульний тест 2				**30**
Всього за 2 модуль				**100**
Всього за семестр				**70**
Екзамен				**30**
Всього за курс				**100**

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання 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