

**МІНІСТЕРСТВО ЮСТИЦІЇ УКРАЇНИ
АКАДЕМІЯ ДЕРЖАВНОЇ ПЕНІТЕНЦІАРНОЇ СЛУЖБИ**

Кафедра економіки та соціальних дисциплін

ПОГОДЖЕНО:

Перший проректор,
полковник внутрішньої служби,
к.ю.н., доцент

Олійник О.І.

«___» _____ 2020 р.

СИЛАБУС

навчального курсу «Ціноутворення»

спеціальність 051 «Економіка»

форма навчання: денна

РОЗРОБНИК:

К.е.н., доцент

Нехай В.А. _____

ЗАТВЕРДЖЕНО:

на засіданні кафедри економіки та
соціальних дисциплін

Протокол № __ від «__» _____ 2020 р.

Кредити та кількість
годин:

3 кредитів ECTS; години: 14 години лекцій, 10
годин семінарських занять, 20 годин практичних
занять та 46 годин самостійна робота.

Чернігів – 2020

**МІНІСТЕРСТВО ЮСТИЦІЇ УКРАЇНИ
АКАДЕМІЯ ДЕРЖАВНОЇ ПЕНІТЕНЦІАРНОЇ СЛУЖБИ**

Кафедра економіки та соціальних дисциплін

**СИЛАБУС
навчального курсу «Ціноутворення»
спеціальність 051 «Економіка»
форма навчання: денна**

Кредити та кількість годин: 3 кредитів ECTS; години: 14 години лекцій, 10 годин семінарських занять, 20 годин практичних занять та 46 годин самостійна робота.

Чернігів – 2020

Анотація курсу

Ціна - найважливіша економічна категорія, яка значно впливає на вирішення соціальних проблем населення і зміцнення фінансової системи країни, що набуло особливого значення в умовах нинішньої економіки нашої держави.

Кожна фірма по-своєму підходить до проблеми ціноутворення, але існує ряд загальних питань, відповіді на які змушені оперативно шукати підприємці: як освоїти й ефективно використовувати новітні моделі ринків і цінової політики фірми, забезпечити динамічний підхід до процесу ціноутворення з урахуванням мінливих фаз розвитку ринку і самого продукту, розробити ефективну цінову стратегію і визначити, які методи ціноутворення доцільно застосовувати в залежності від ринкових умов і цілей, що стоять перед фірмою, а також визначити, які основні характеристики і умови формування вітчизняного ринку з позицій вибору цінової політики тощо.

Важливість і багатогранність феномена ціни обумовлює ту обставину, що в сучасній економічній науці ціни, ціноутворення розглядаються під різними кутами зору в рамках економічної теорії, маркетингу, інших галузей економічного знання. Але при цьому ціноутворення - самостійна наука, що вивчає процеси формування, закономірності руху і використання цін. Предмет науки - теорія і практика їх встановлення. Методологічною базою ціни служить синтез економічних наук, що є поєднанням фундаментальних загальноекономічних підходів, аналізу прикладних аспектів, урахування прогресивного світового досвіду, успішної цінової політики провідних фірм світу та узагальнення національної практики ціноутворення.

Мета курсу

Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні у здобувачів вищої освіти певного рівня економічного мислення, цілісних уявлень з питань розробки та реалізації маркетингової цінової політики підприємства, та набутті необхідних практичних навичок визначення цін на продукцію в різних галузях.

Організація навчання Тематичний план

№ теми	Назви розділів і тем	Кількість годин									
		Денна форма					Заочна форма				
		Усього	у тому числі				Усього	у тому числі			
			Л	СЗ	ПЗ	СР		Л	СЗ	ПЗ	СР
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи ціноутворення. Цінова політика											
1.	ТЕМА 1 Теоретичні основи ціноутворення	12	2	1	3	6					
2.	ТЕМА 2 Цінова політика і стратегія підприємства	14	2	2	3	7					
	Всього за змістовим модулем 1	26	4	3	6	13					
Змістовий модуль 2. Методи ціноутворення											
3.	ТЕМА 3 Методи ціноутворення. Група витратних методів	14	2	2	3	7					

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
4.	ТЕМА 4 Методи ринкового ціноутворення	14	2	2	3	7					
5.	ТЕМА 5 Параметричні методи ціноутворення.	13	2	1	3	7					
6.	ТЕМА 6 Основні моделі ціноутворення в сучасній ринковій економіці	12	2	1	3	6					
	Всього за змістовим модулем 2	53	8	6	12	27					
Змістовий модуль 3. Стратегічні та державні аспекти ціноутворення											
7.	ТЕМА 7. Держане регулювання цін	11	2	1	2	6					
	Всього за змістовим модулем 3	11	2	1	2	6					
	Усього годин	90	14	10	20	46					

Завдання до семінарів, практичних занять та самостійна робота

ТЕМА 1 Теоретичні основи ціноутворення

Питання до семінарського заняття:

1. Ціноутворення як ключовий елемент ринкової економіки.
2. Концепції ціноутворення в економічній теорії та в теорії маркетингу.
3. Вплив попиту і пропозиції на формування ринкових цін.
4. Конкуренція і монополія як чинники ціноутворення.
5. Показники цінової еластичності.

Вправи до практичного заняття:

Задача. Підприємство реалізує продукцію за вільною відпускнуою ціною 1800 грн. за одиницю з ПДВ при собівартості 1100 грн. та ставці ПДВ 20%. Як зміниться прибуток від реалізації одиниці продукції, якщо органами влади буде встановлено граничний рівень рентабельності 20%.

Завдання для самостійної роботи (підготувати реферати):

1. Моделі олігополії. Ціноутворення, яке обмежує входження у галузь.
2. Модель монопольної конкуренції.
3. Ціни та макроекономічні проблеми економіки (інфляція, тіньова економіка, інвестиції, зовнішня торгівля). Ціни як фактор стимулювання економічного зростання.
4. Маркетинговий підхід в ціноутворенні.
5. Методи формування ціни на продукцію природних монополій.
6. Ціноутворення в умовах «сірих» ринків.

Практична частина

1. Ціна – це:
 - а) грошовий вираз вартості товару;
 - б) відповідна кількість грошей, яка віддається за право придбання у власність конкретного виду продукції;
 - в) певна кількість грошових одиниць, отриманих за одиницю товару;
 - г) всі відповіді правильні.
2. Визначення цінності товару ґрунтується на теорії:

- а) трудової вартості;
 - б) граничної корисності;
 - в) попиту і пропозиції;
 - г) всі відповіді правильні.
3. До принципів ціноутворення відносяться:
- а) безперервність;
 - б) науковість;
 - в) методика ціноутворення;
 - г) конкуренція на ринку;
 - г) цільова спрямованість.
4. До умов здійснення процесу ціноутворення на підприємстві відносяться:
- а) безперервність ціноутворення;
 - б) комерційні умови діяльності;
 - в) захищеність підприємства;
 - г) єдність процесу ціноутворення.
5. До системи цін окремої підприємницької структури входять:
- а) ціни, за якими закупаються економічні ресурси;
 - б) ціни, за якими реалізовується кінцева продукція;
 - в) ціни, за якими здійснюються внутрігосподарські розрахунки між структурними підрозділами;
 - г) всі відповіді правильні.
6. Ціновий механізм включає:
- а) конкуренцію на ринку;
 - б) ціни;
 - в) попит і пропозицію;
 - г) цінність товару;
 - г) ціноутворення.
- Література:** 2. 3. 4. 5. 7. 9. 10. 11. 13.

ТЕМА 2 Цінова політика і стратегія підприємства

Питання до семінарського заняття:

1. Зміст цінової політики підприємства та основні етапи її формування.
2. Цінова політика підприємства: сутність, типи, етапи розробки
3. Оцінка зовнішнього середовища і внутрішнього потенціалу підприємства
4. Визначення цілей цінової політики
5. Поняття та основні етапи розробки цінової стратегії.
6. Основні види цінових стратегій.

Вправи до практичного заняття:

Задача. Визначте кількість виготовленої на підприємстві продукції, якщо виручка від її реалізації з урахуванням ПДВ склала 48040 грн, затрати на виробництво одиниці продукції- 20 грн, а рентабельність продукції-20%.

Завдання для самостійної роботи (підготувати реферати):

1. Охарактеризувати цінової стратегію відомого Вам підприємства.
2. Типи цінової політики підприємства, їх характеристика.
3. Етапи формування цінової політики підприємства?
4. Які структурні підрозділи підприємства приймають участь у формуванні та реалізації цінової політики?
5. Основні цілі цінової політики підприємства.
6. Маркетингова інформація при виборі цінової політики.
7. Наведіть приклади використання стратегій конкурентного ціноутворення на продовольчому ринку; на ринку житла; на ринку освітніх послуг; на ринку послуг транспорту.

8. Наведіть приклади стратегій диференційного ціноутворення й оцініть умови їх використання на продовольчому ринку; на ринку медичних послуг; на ринку освітніх послуг; на ринку побутової техніки та електроніки; на ринку канцелярських товарів.

9. Які результати можуть бути досягнуті підприємством за допомогою грамотної, економічно обґрунтованої цінової політики?

Практична частина

1. До основних завдань ціноутворення відносяться:

- а) збільшення обсягів продажу;
- б) отримання найбільшого прибутку;
- в) збереження існуючого становища;
- г) всі відповіді правильні.

2. Якщо ціна складається лише з покриття витрат та середньої норми прибутку, пропонується стратегія ціноутворення:

- а) престижної ціни;
- б) відшкодування витрат;
- в) просування на ринок.

3. Якщо ціна встановлюється нижчою, ніж у конкурентів, на короткий строк, пропонується стратегія:

- а) престижної ціни;
- б) відшкодування витрат;
- в) просування на ринок.

4. Для товару, виробництво якого скорочується або взагалі припиняється, пропонується стратегія:

- а) гнучкої ціни;
- б) ціноутворення на товари, зняті з виробництва;
- в) єдиної ціни.

5. Якщо ціна встановлюється однаковою для будь – якого товару, пропонується стратегія:

- а) гнучкої ціни;
- б) ціноутворення на товари, зняті з виробництва;
- в) єдиної ціни.

Література: 2. 3. 4. 5. 7. 9. 10. 11. 13.

ТЕМА 3 Методи ціноутворення. Група витратних методів

Питання до семінарського заняття:

1. Поняття і класифікація методів ціноутворення.
2. Зміст, переваги та недоліки витратних методів ціноутворення.
3. Метод повних витрат (повної собівартості).
4. Метод виробничих витрат (виробничої собівартості).
5. Метод змінних витрат.
6. Метод змінних виробничих витрат.
7. Метод беззбитковості й цільового прибутку.
8. Ціноутворення на основі кривої досвіду.

Вправи до практичного заняття:

Задача. Ціна нового виробу 10 грн. за одиницю, а базового 11 грн. з ПДВ. Собівартість нового виробу 7 грн., базового - 8 грн. Об'єм виробництва нового виробу 1000 одиниць.

Визначити економічний ефект від заміни базового виробу новим.

Задача. Підприємство випускає письмові приладдя, у тому числі блокноти, які продаються оптовим покупцям за оптовою ціною 25 грн. за упаковку. На ринку даного регіону щомісячно реалізується 1000 упаковок. Дані про структуру витрат на виробництво однієї упаковки такі:

- витрати на матеріали – 3,0 грн.;
- заробітна плата виробничих робітників – 6,0 грн.;
- накладні витрати – 3,0 грн.;
- витрати на реалізацію – 2,0 грн.;
- постійні витрати на одну упаковку – 5,0 грн.

Підприємство отримало додаткове замовлення на виробництво блокнотів від покупців іншого регіону у розмірі 500 упаковок на місяць за ціною 15 грн. за упаковку. Новий оптовий покупець готовий забрати товар безпосередньо зі складу підприємства-виробника.

Використовуючи метод «direct-costing», вирішити питання щодо прийняття даного замовлення, якщо виробничі потужності підприємства дозволяють виробляти 1500 упаковок на місяць.

Завдання для самостійної роботи (підготувати реферати):

1. Класифікація методів ціноутворення.
2. Зміст, переваги та недоліки витратних методів ціноутворення.
3. Характеристика методу повних витрат (повної собівартості).
4. Характеристика методу виробничих витрат (виробничої собівартості).
5. Характеристика методу змінних витрат.
6. Характеристика методу змінних виробничих витрат.
7. Характеристика методу беззбитковості й цільового прибутку.
8. Ціноутворення на основі кривої досвіду.

Практична частина

1. Метод витратного ціноутворення, сутність якого полягає в додаванні до собівартості всіх товарів, що входять до конкретної товарної групи, фіксованої відсоткової націнки:

- а) ціноутворення на основі кривих освоєння й ефекті масштабу;
- б) ціноутворення з орієнтацією на прибуток;
- в) ціноутворення на основі забезпечення цільової рентабельності вкладеного капіталу;
- г) ціноутворення за принципом стандартної націнки.

2. Метод ціноутворення для якого необхідно чітко розмежовувати рівень загальних витрат на постійні та змінні називається:

- а) ціноутворення на основі повних витрат;
- б) ціноутворення з орієнтацією на суму покриття;
- в) ціноутворення на основі забезпечення цільової рентабельності вкладеного капіталу;
- г) ціноутворення за принципом стандартної націнки.

3. Який з перерахованих методів відноситься до параметричних методів ціноутворення?:

- а) структурної аналогії;
- б) метод питомих показників;
- в) бальний;
- г) всі є параметричними методами.

4. Які недоліки властиві методу визначення ціни товару відповідно до рівня конкуренції на ринку:

- а) невисока надійність;
- б) по суті, це метод спроб та помилок;
- в) потребує попередніх ґрунтовних досліджень стану конкуренції;
- г) є недостатньо оперативним.

5. Метод ціноутворення сутність якого полягає у визначенні ціни, що гарантує фірмі відсутність збитків здійснюється:

- а) на основі аналізу break-even;

- б) на основі аналізу суми покриття;
- в) на основі структурної аналогії;
- г) за принципом стандартної націнки.

Література: 2. 3. 4. 5. 7. 9. 10. 11. 13.

ТЕМА 4 Методи ринкового ціноутворення

Питання до семінарського заняття:

1. Методи ціноутворення, які базуються на попиті.
2. Методи ціноутворення з орієнтацією на конкуренцією.
3. Ціноутворення з орієнтацією на максимальний прибуток.

Вправи до практичного заняття:

Задача. Виробнича потужність підприємства з виготовлення запасних частин становить 15 млн. од. на рік. Загальні витрати підприємства у розрахунковому році дорівнюватимуть 410 млн. грн. Цільовий прибуток підприємство прагне отримати в розмірі 20 млн. грн. Ринкова ціна на аналогічні запчастини на ринковому сегменті А дорівнює 42 грн., а на сегменті Б – 39 грн.

Задача. Визначити базову ціну на запчастини даного підприємства при їх реалізації на обох сегментах ринку, застосувавши метод цільового прибутку. Розрахувати роздрібну ціну 1 кг пшеничного хліба вищого гатунку, виходячи з наступного:

вартість пшениці (1 кг) – 5 грн.;

витрати елеваторів – 0,2 грн.; рентабельність витрат елеваторів – 20%;

витрати млинів – 0,3 грн.; рентабельність витрат млинів – 20%;

витрати хлібозаводів – 0,8 грн.; рентабельність витрат хлібозаводів – 30%.

Встановити оптову ціну 1 кг хліба (при нормі виходу продукту 140%); відпускну ціну 1 кг хліба з ПДВ; роздрібну ціну 1 кг хліба (торгова надбавка – 25 %).

Завдання для самостійної роботи (підготувати реферати):

1. Охарактеризуйте сутність методів ринкового ціноутворення.
2. Розкрийте позитивні та негативні сторони методів ціноутворення.
3. Роль конкуренції в ціноутворенні.
4. Попит та його чинники.
5. Методи ціноутворення, які базуються на попиті.
6. Методи ціноутворення з орієнтацією на конкуренцією.
7. Ціноутворення з орієнтацією на максимальний прибуток.

Практична частина

1. Чим еластичніший попит, тим:

а) вищу ціну може встановити продавець;

б) нижчу ціну може встановити продавець;

в) виникає більша необхідність додаткового дослідження ринку.

2. Обсяг витрат формують:

а) верхню межу ціни;

б) нижню межу ціни;

в) прибуток підприємства.

3. До основних витратних методів ціноутворення належать:

а) метод цільового ціноутворення;

б) метод визначення престижних цін;

в) метод «середні витрати плюс прибуток»;

г) визначення ціни з орієнтацією на попит.

4. До маркетингових методів ціноутворення належать:

а) метод цільового ціноутворення;

б) метод визначення престижних цін;

в) метод «середні витрати плюс прибуток»;

г) визначення ціни з орієнтацією на попит.

5. У ринкових умовах застосовуються методи ціноутворення, які спираються на:

а) витрати;

б) попит;

в) конкуренцію;

г) всі відповіді правильні.

Література: 2. 3. 4. 5. 7. 9. 10. 11. 13.

ТЕМА 5 Параметричні методи ціноутворення.

Питання до семінарського заняття:

1. Загальна характеристика параметричних методів.

2. Основні види параметричних методів ціноутворення.

Вправи до практичного заняття:

Задача. Визначити, якою повинна бути повна собівартість одиниці продукції, якщо рентабельність її виробництва становить 22%, надбавки збутова і торговельна - відповідно 10 і 15%, а роздрібна ціна одиниці продукції з ПДВ – 280 грн.?

Задача. Потрібно визначити ціну нового паливного фільтру грубого очищення, якщо прямі витрати на матеріали 0,75 грн, а питома вага прямих матеріальних витрат в повній собівартості по аналогічному виробу становлять 27,7%. Норма окупності проекту - 18% до собівартості.

Розрахуємо повну собівартість нового фільтру:

$$C = 0,75 / (27,7 / 100) = 2,71 \text{ грн}$$

$$\text{Ціна нового фільтру } P = C + \gamma = 2,71 + 2,71 * 18 / 100 = 3,20 \text{ грн.}$$

Задача. Фірма виробляє двигуни потужністю 80 кВт і реалізує їх за гуртовою ціною 450 грн за 1 од. Вона планує випуск нових двигунів потужністю 100 кВт. Для визначення ціни нового двигуна необхідно розрахувати питому ціну базового двигуна.

$$P_6 = 450 \text{ грн} / 80 \text{ кВт} = 5,625 \text{ грн} / \text{кВт}$$

$$\text{Тоді ціна нового двигуна } P = P_6 * X = 5,625 \text{ грн} * 100 \text{ кВт} = 562,5 \text{ грн.}$$

Згідно з цим методом, ціна повинна зростати пропорційно зростанню головного параметра (за інших рівних умов).

Завдання для самостійної роботи (підготувати реферати):

1. Передумови та актуальність їх виникнення.

2. Зв'язок між техніко-економічними параметрами виробів і витратами на їхнє виробництво і рівнем цін.

3. Методи побудови цін на нову продукцію в залежності від рівня її споживчих властивостей з врахуванням нормативів витрат на одиницю параметра питомих показників.

4. Методи побудови цін на нову продукцію в залежності від рівня її споживчих властивостей з врахуванням нормативів витрат на одиницю параметра - баловий.

5. Методи побудови цін на нову продукцію в залежності від рівня її споживчих властивостей з врахуванням нормативів витрат на одиницю параметра - агрегатний.

6. Методи побудови цін на нову продукцію в залежності від рівня її споживчих властивостей з врахуванням нормативів витрат на одиницю параметра - регресійного аналізу.

7. Методи побудови цін на нову продукцію в залежності від рівня її споживчих властивостей з врахуванням нормативів витрат на одиницю параметра - багатокритеріальної оптимізації.

Література: 2. 3. 4. 5. 7. 9. 10. 11. 13.

ТЕМА 6 Основні моделі ціноутворення в сучасній ринковій економіці

Питання до семінарського заняття:

1. Система моделей ринкового ціноутворення.

2. Структура ціни в різних Моделях.
3. Монопольне ціноутворення.
3. Комерційне ціноутворення.
4. Некомерційне ціноутворення.

Вправи до практичного заняття:

Задача. Мале підприємство “Левіос” реалізує в роздріб сушилки для фруктів та овочів за ціною 2000 грн., які воно купує в оптового посередника за ціною 1650 грн. Плановий обсяг реалізації 300 сушилок на місяць. Комісійні складають 8% за кожен продану сушилку.

Витрати підприємства на оплату праці розподіляються наступним чином:

оклад менеджера-власника складає 9 900 грн. на місяць; чотири продавці отримують по 5 610 грн. на місяць; оклад адміністратора-касира становить 4855 грн. на місяць; послуги бухгалтера, який працює за угодою один тиждень на місяць, обходяться підприємству в 2560 грн. на місяць.

Інші витрати підприємства на місяць включають:

оплата за телефон – 750 грн., комунальні послуги – 10 000 грн., оренда приміщення – 8 300 грн., охорона та страхування майна – 1 600 грн., відрядження – 1 800 грн., амортизація – 2 000 грн., інші накладні витрати – 2 200 грн.

Необхідно визначити:

Точку беззбитковості в натуральних та грошових показниках;

На основі попередніх розрахунків визначити обсяг реалізації, який забезпечив би підприємству прибуток у розмірі 40 000 грн.;

Побудувати графік беззбитковості із відображенням запасу міцності в натуральних і грошових показниках.

Завдання для самостійної роботи (підготувати реферати):

1. Функції ціни в ринковій економіці
2. Методологія ринкового ціноутворення
3. Принципи ціноутворення
4. Ціннісний підхід
5. Типи цінової політики компанії
6. Систематизація моделей ціноутворення в сучасній ринковій економіці

Практична частина

1. Чим еластичніший попит, тим:
 - а) вищу ціну може встановити продавець;
 - б) нижчу ціну може встановити продавець;
 - в) виникає більша необхідність додаткового дослідження ринку.
2. Обсяг витрат формують:
 - а) верхню межу ціни;
 - б) нижню межу ціни;
 - в) прибуток підприємства.
3. До основних витратних методів ціноутворення належать:
 - а) метод цільового ціноутворення;
 - б) метод визначення престижних цін;
 - в) метод «середні витрати плюс прибуток»;
 - г) визначення ціни з орієнтацією на попит.
4. До маркетингових методів ціноутворення належать:
 - а) метод цільового ціноутворення;
 - б) метод визначення престижних цін;
 - в) метод «середні витрати плюс прибуток»;
 - г) визначення ціни з орієнтацією на попит.
5. У ринкових умовах застосовуються методи ціноутворення, які спираються на:
 - а) витрати;

- б) попит;
- в) конкуренцію;
- г) всі відповіді правильні.

Література: 2. 3. 4. 5. 7. 9. 10. 11. 13.

ТЕМА 7. Держане регулювання цін

Питання до семінарського заняття:

1. Основні засади державного регулювання цін.
2. Форми і методи державного регулювання цін.
3. Державне регулювання цін монопольних утворень.

Завдання для самостійної роботи (підготувати реферати):

1. Цілі та методи державного регулювання цін.
2. Вплив державного регулювання цін на економічні процеси.
3. Що таке державна політика цін, у якому співвідношенні вона знаходиться з економічною політикою держави?
4. Які державні структури займаються питаннями формування, виконання і контролю за державною політикою цін?
5. Якими способами розмежовано компетенцію органів, які регулюють ціни, та номенклатура продукції з регульованими цінами.
6. Як відбувається розширення прав підприємств щодо самостійного встановлення цін і використання економічних важелів впливу на ціни?
7. Принципи визначення цін для цілей оподаткування.
8. Яким чином організовано порядок контролю за дотриманням дисципліни цін? Адміністративні та економічні 24 санкції за порушення порядку використання регульованих цін і тарифів.
9. Які способи прямого, адміністративного впливу використовує держава для підтримання заданих рівнів, співвідношень, структури та динаміки цін?
10. Способи непрямого впливу держави на формування і підтримання стабільних або заданих рівнів цін.
11. Виокремте загальне та відмінне у практиці регулювання цін країн з ринковими відносинами.
12. Опрацювати законодавчі акти щодо державного регулювання цін в Україні.
13. Охарактеризувати завдання, функції Антимонопольного комітету.

Практична частина

1. До прямих методів державного регулювання у сфері ціноутворення належать:
 - а) нормування рівня рентабельності;
 - б) державне замовлення;
 - в) встановлення дотацій виробникам окремих товарів;
 - г) обмеження монополізму.
2. До непрямих методів державного регулювання у сфері ціноутворення належать:
 - а) нормування рівня рентабельності;
 - б) державне замовлення;
 - в) встановлення дотацій виробникам окремих товарів;
 - г) обмеження монополізму.
3. Державою планується, рекомендується та стимулюється ціна:
 - а) договірна;
 - б) фіксована;
 - в) індикативна;
 - г) регульована.
4. Держава закупає продукцію у сільськогосподарських виробників за цінами:
 - а) оптовими;
 - б) роздрібними;

- в) закупівельними;
 г) виробничими.
5. Дискримінаційною вважається ціна, яка:
 а) суттєво більш висока, ніж при звичайних операціях;
 б) обмежує право окремих споживачів;
 в) суттєво більш низька, ніж при звичайних операціях.
6. При монопольному ціноутворенні може бути встановлена:
 а) монопольно висока ціна продавця;
 б) дискримінаційна ціна;
 в) монопольно висока ціна покупця;
 г) всі відповіді правильні.

Література: 2. 3. 4. 5. 7. 9. 10. 11. 13.

Порядок оцінювання

Оцінювання ваших досягнень відбувається за системою відображеною в Таблиці 1

Таблиця 1

Порядок оцінювання

№	Назва теми	Всього балів	Форма заняття		
			Лекції (ведення конспекту)	Семінари (конспектування, питань, виступ, доповнення)	Практичні заняття (опрацювання матеріалів для підготовки, успішне виконання завдань)
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи ціноутворення. Цінова політика					
1.	ТЕМА 1 Теоретичні основи ціноутворення	9	-	3	6
2.	ТЕМА 2 Цінова політика і стратегія підприємства	9	-	3	6
Змістовий модуль 2. Методи ціноутворення. Цінова політика					
3.	ТЕМА 3 Методи ціноутворення. Група витратних методів	9		3	6
4.	ТЕМА 4 Методи ринкового ціноутворення	9	-	3	6
5.	ТЕМА 5 Параметричні методи ціноутворення.	9	-	3	6
6.	ТЕМА 6 Основні моделі ціноутворення в сучасній ринковій економіці	9	-	3	6
Змістовий модуль 3. Стратегічні та державні аспекти ціноутворення					
7.	ТЕМА 7. Держане регулювання цін	9	-		6
Разом		63	-	21	42
Самостійна робота				7	
Екзамен				30	
Всього				100 балів	

Робота на семінарах оцінюється за наступними критеріями:

- ваша присутність та виступ із рефератом (презентацією) на питання самостійної роботи даної теми може принести вам 2 бали за умови, що відповідь буде змістовною та обґрунтовною;

- для того аби отримати ще один бал слід брати участь в опрацюванні семінарських питань (доповнення, відповідь на питання викладача, висловлення своєї обґрунтованої точки зору під час обговорення проблемних питань);

Таким чином ваша участь в роботі семінару може принести вам до 3 балів за одне заняття. Пропущений семінар відпрацьовується відповідями на питання викладача за змістом семінару під час відпрацювання.

Робота на практичних заняттях оцінюється за наступними критеріями:

- ваша присутність та участь в опрацюванні контрольних питань оцінюється в 2 бали;
- виконання на занятті ситуаційних вправ та розв'язування задач може принести вам ще 3 бал;

- якщо при виконанні практичних завдань ви проявите ґрунтовну підготовку, висловите власну точку зору щодо висвітлюваної проблеми й підкріпите її аргументацією, правильно відповісте на уточнюючі питання викладача, то можете отримати ще 1 бал.

Таким чином ваша робота на одному практичному занятті може принести до 6 балів. Пропущене заняття відпрацьовується відповідями на питання викладача та виконанням практичних завдань даної теми.

Самостійна робота оцінюється викладачем до 7 балів за виконання практичних завдань згідно запропонованих тем. Кожен курсант (студент, слухач) має протягом семестру виконати такі завдання, успішне виконання яких оцінюється за 5 критеріями:

1) правильні відповіді на тестові завдання – 2 бали; 2) правильне розв'язування задач – 2 бали; 3) наявність пояснень щодо виконання задач – 1 бал; 4) наявність обґрунтованих висновків, вміння аналізувати отримані показники – 1 бал; 5) оформлення роботи (формули, таблиці, графіки, одиниці виміру) – 1 бал.

Підсумковий контроль з дисципліни здійснюється на екзамені, на якому ви можете отримати до 30 балів в залежності від повноти та обґрунтованості ваших відповідей. Схема переведення балів у підсумкову оцінку наведена в Таблиці 2.

Таблиця 2

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
64-74	D	
60-63	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Орієнтовний перелік питань для здачі екзамену:

1. Вартісна основа ціни і відхилення цін від вартості.
2. Зміст закону цін та його значення в економіці.
3. Закон попиту у ринковій економіці.
4. Закон пропозиції у ринковій економіці.
5. Сутність коефіцієнта еластичності попиту за ціною.
6. Сутність коефіцієнта еластичності пропозицій за ціною.
7. Формування ціни ринкової рівноваги та її графічне зображення.
8. Облікова функція ціни в економіці.
9. Стимулююча функція ціни в економіці.
10. Розподільча функція ціни в економіці.

11. Функція ціни збалансування попиту та пропозиції.
12. Функція ціни оптимізації розміщення виробництва.
13. Зовнішні фактори маркетингового середовища, що впливають на рівень цін.
14. Внутрішні фактори маркетингового середовища, що впливають на рівень цін.
15. Вплив фактора конкурентності ринку на встановлення ціни реалізації.
16. Особливості ціноутворення на ринку вільної конкуренції.
17. Особливості ціноутворення на ринку монополістичної конкуренції.
18. Особливості ціноутворення на олігополістичному ринку.
19. Особливості ціноутворення на монополістичному ринку.
20. Класифікація цін залежно від сфери обігу, за галузевою приналежністю та терміном дії.
21. Контрактні ціни: тверді, ковзаючі, ступінчасті, фіксовані на певну дату.
22. Ціни біржової торгівлі.
23. Ціни аукціонної торгівлі.
24. Сутність тендерного ціноутворення.
25. Включення в ціни умов поставки продукції. Міжнародна система франкування продукції ІНКОТЕРМС.
26. Сутність, цілі і види диференціації цін.
27. Сутність собівартості продукції. Собівартість товарного випуску. Собівартість одиниці продукції.
28. Структура собівартості за економічними елементами, сфера застосування.
29. Структура собівартості за калькуляційними статтями.
30. Структура собівартості за змінними та умовно-постійними витратами.
31. Склад змінних (прямих) витрат.
32. Склад умовно-постійних (накладних) витрат.
33. Включення умовно-постійних витрат у ціну у вигляді нормативу непрямих витрат в одиниці продукції.
34. Поняття необхідного (цільового) прибутку підприємства.
35. Визначення розміру необхідного (цільового) прибутку для підприємства загалом методом прямого розрахунку.
36. Визначення розміру необхідного (цільового) прибутку для підприємства загалом методом дохідності капіталу підприємства розрахунку.
37. Метод включення прибутку в ціну пропорційно собівартості одиниці продукції.
38. Поняття маржинального прибутку та його використання в ціноутворенні.
39. Поняття базової (планової) ціни та ціни реалізації.
40. Структура ціни виробництва та відпускної ціни виробника.
41. Структура ціни оптової торгівлі.
42. Структура роздрібною ціни.
43. Податкова система та її зв'язок з ціноутворенням. Включення в ціну виробництва податків і платежів до державних позабюджетних фондів.
44. Включення у відпускну ціну виробника акцизу та ПДВ.
45. Призначення та склад націнки оптової і роздрібною торгівлі до ціни закупівлі товару.
46. Державне регулювання націнок торгівлі.
47. Визначення мінімального обсягу виробництва та мінімального обсягу реалізації на основі розрахунку порогу беззбитковості.
48. Визначення оптимального для підприємства обсягу виробництва та оптимального обсягу реалізації на основі розрахунку порогу беззбитковості та цільового прибутку.
49. Значення аналізу ринку збуту при встановленні базової ціни.
50. Послідовність аналізу і прийняття рішень від розробки базової ціни до встановлення ринкової ціни реалізації (етапи встановлення ціни реалізації).

Політика академічної доброчесності

Прослуховуючи цей курс, Ви погодились виконувати положення принципів академічної доброчесності:

- складати всі проміжні та фінальні завдання самостійно без допомоги сторонніх осіб;
- надавати для оцінювання лише результати власної роботи;
- не вдаватися до кроків, що можуть нечесно покращити ваші результати чи погіршити/покращити результати інших курсантів (студентів, слухачів);
- не публікувати відповіді на питання, що використовуються в рамках курсу для оцінювання знань курсантів (студентів, слухачів).

Рекомендована література

Основна

1. Закон України “Про ціни і ціноутворення” [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради (ВВР). 2013. №19-20. ст.190. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>
2. Артус М.М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки: монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2012. 354 с.
3. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: навч. посібн. К.: Професіонал, 2004. 156 с.
4. Бакунов О.О. Цінова політика підприємства: навч. посіб. Донецьк: ДонНУЕТ, 2016. 111 с.
5. Березін О.В. Управління ціноутворенням: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Суми: Університетська книга, 2012. 175 с.
6. Колесников О.В. Ціноутворення. Видання 3-е виправлене та доповнене. Навч. пос. К.: Центр учбової літератури, 2007. 144 с.
7. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення. Навчальний посібник. К.: “Центр учбової літератури”, 2012. 480 с.
8. Малініна Н.М. Ціни і ціноутворення: практикум. Вінниця: ВНТУ, 2014. 64 с.
9. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення. Навчальний посібник. Львів: “Інтелект-Захід”, 2006. 488 с.
10. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. Л.: Вид-во Львів. комерц. акад., 2013. 191 с.
11. Тормоса Ю.Г. Ціни та цінова політика: Навч.-метод. посібник. К.: КНЕУ, 2001. 122 с.
12. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: Навч. посібник. К.: Кондор, 2008. 195 с.
13. Шульга О.А. Ціноутворення: курс лекцій: [навч. посіб.] К.: НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2015. 110 с.
14. Шуляк П.Н. Ценообразование: Уч.-практ. пособие. М.: Изд. Дом “Дашков и К”, 2018. 332 с.

Додаткова

15. Дейли Д. Эффективное ценообразование - основа конкурентного преимущества: Пер. с англ. - М.: Издательский дом “Вильямс”, 2004. 304 с.
16. Лошенко І.Р. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. К.: Дакор: КНТ, 2008. 184 с.
17. Долан Р.Дж., Саймон Г. Эффективное ценообразование. М: Изд-во “Экзамен”, 2015. 416 с.

Інформаційні ресурси

1. Верховна Рада України. Офіційний вебпортал парламенту України <https://www.rada.gov.ua/>
2. Кабінет міністрів. Офіційний вебпортал: <https://www.kmu.gov.ua/>