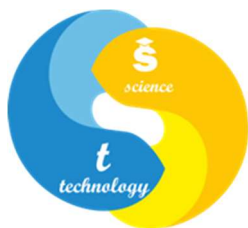


УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУКИ І ТЕХНОЛОГІЙ



СИЛАБУС «ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РІЗНИХ ТИПАХ РИНКІВ»

Статус дисципліни	Обов'язкова дисципліна циклу професійної підготовки
Код та назва спеціальності та спеціалізації (за наявності)	076 «Підприємництво та торгівля»
Назва освітньої програми	Економіка та управління підприємством
Освітній ступінь	Другий (магістерський)
Обсяг дисципліни (кредитів ЄКТС)	3 кредити ЄКТС (90 академічних годин)
Терміни вивчення дисципліни	1 семестр
Назва кафедри, яка викладає дисципліну, аббревіатурне позначення	Кафедра економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня (ЕП)
Мова викладання	Українська

Лектор (викладач(і))



Канд. екон. наук, доцент СЕМЕНОВА ТЕТЯНА ВАЛЕРІЙІВНА
t.v.semenova@ust.edu.ua
https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2028/p-2/e217
лінк на дисципліну (за наявністю)
ПБТ, пр. Гагаріна, 4, кім. 350, тел. +38096 213 5894

Передумови вивчення дисципліни	Знання з економічної теорії, мікро- і макроекономіки, основах товарознавства, маркетингу, економіки підприємства, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти
Мета навчальної дисципліни	Формування у майбутніх фахівців компетентностей щодо методологічних основ, механізму та особливостей сучасного ціноутворення, набуття навичок визначення цін на товари на різних ринках, оволодіння прийомами розробки цінової політики і стратегії, методами розрахунків внутрішніх, зовнішньоторговельних, світових, оптових і роздрібних цін, цін міжнародних контрактів тощо
Очікувані результати навчання	Визначати, аналізувати проблеми підприємництва та торгівлі та розробляти заходи щодо їх вирішення. Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки

	<p>взаємодії з представниками різних професійних груп.</p> <p>Вміти професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва та торгівлі.</p> <p>Оцінювати продукцію, товари, послуги, а також процеси, що відбуваються в підприємницьких та торговельних структурах, і робити відповідні висновки для прийняття управлінських рішень.</p>
Зміст дисципліни	<p>Розділ 1. Методичні засади цінової політики</p> <p>Тема 1. Концепції ціноутворення</p> <p>Тема 2. Цілі, чинники та стратегії ціноутворення</p> <p>Розділ 2. Засади розрахунку цін на конкурентних ринках</p> <p>Тема 3. Ціноутворення на ринку досконалої конкуренції</p> <p>Тема 4. Ціноутворення на ринку монополістичної конкуренції</p> <p>Тема 5. Ціноутворення на олігополістичному ринку</p> <p>Розділ 3. Особливості ціноутворення на монополістичних товарних, міжнародних та грошових ринках</p> <p>Тема 6. Ціноутворення на ринку чистої монополії</p> <p>Тема 7. Міжнародні аспекти ціноутворення</p> <p>Тема 8. Ціноутворення на ринку валюти та цінних паперів</p>
Контрольні заходи та критерії оцінювання	<p>Семестрова оцінка формується як середнє арифметичне визначених за 12-бальною шкалою оцінок розділів (PO1, PO2 та PO3) з подальшим переведенням до 100-бальної шкали за визначеною методикою. Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни дорівнює семестровій оцінці.</p>
Політика викладання	<p>Студент допускається до семестрового оцінювання за наявності позитивних оцінок (не нижче 4 балів за 12-бальною шкалою) з усіх розділів. Необхідною умовою отримання позитивної оцінки кожного розділу є відпрацювання практичних занять. Необхідною умовою отримання позитивної семестрової оцінки з дисципліни за заочною формою навчання є зарахування індивідуального завдання, за яке відповідно до затверджених критеріїв виставляється оцінка «зараховано» / «не зараховано».</p>
Засоби навчання	<p>Мультимедійний комплекс для проведення інтерактивних лекцій, комп'ютерні робочі місця для проведення практичних занять</p>
Навчально-методичне забезпечення	<p>Основна література</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бень Т.Г. Основи цінової політики і ціноутворення в промисловості: навчальний посібник. Дніпропетровськ: ДМетАУ, 1997. 151 с. 2. Останкова Л., Літвінов Ю., Літвінова Т., Підгорна О. Ціноутворення в умовах ринку. Київ: Центр навчальної літератури, 2021. 400 с.

3. Павленко А.Ф., Корінєв В.Л. Маркетингова політика ціноутворення. Київ: КНЕУ, 2014. 332 с.
4. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2010. 393 с. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://buklib.net/books/21903/>
5. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. 2-ге вид., виправл. Київ: Кондор, 2004. 214 с. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://westudents.com.ua/knigi/297-tsnit-snoutvorenniya-shkvarchuk-10.html>

Допоміжна література

6. Ушакова Н.Г., Савицька Н.Л. Міжнародне ціноутворення: навчальний посібник. Київ: ВД «Професіонал», 2004. 218 с.
7. Стасіневич С.А. Ціноутворення на біржовому ринку. Навчальний посібник. Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2015. 111 с.
8. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2007. 720 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Верховна рада України. Офіційний сайт. URL: <http://www.rada.gov.ua>
2. Міністерство економіки. Офіційний сайт. URL: <http://www.me.gov.ua>
3. Міністерство фінансів України. Офіційний сайт. URL: <http://www.mof.gov.ua>
4. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. Офіційний сайт. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
7. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України Офіційний сайт. URL: www.smida.gov.ua/emitents
8. Україна: аналітика та статистика. Офіційний сайт. URL: <http://zet.in.ua>