

Анотація

Назва дисципліни	Основи ринкового ціноутворення
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Семестр	5
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год.)
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Шифр 1.9 за ОП Основи підприємництва та ринкової економіки Шифр 1.15 за ОП Вступ до спеціальності "Менеджмент" Шифр 1.16 за ОП Аналіз господарської діяльності підприємства Шифр 1.17 за ОП Основи менеджменту Шифр 1.18 за ОП Методи менеджменту та адміністрування Шифр 1.23 за ОП Економіка та фінанси підприємства
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Віртуальне навчальне середовище Moodle; Google Meet; навчально-методичний комплекс дисципліни «Основи ринкового ціноутворення»; Андрусь О.І. Ціноутворення. Навчальний посібник до виконання розрахункової роботи: навчальний посібник для студентів спеціальності 051 «Економіка» спеціалізації «Економіка підприємства» Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 55 с. Артус М.М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки: монографія / Тернопіль: Економічна думка, 2012. 382 с. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення: навч. посібник / К.: Центр учбової літератури, 2012. 480 с. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення: навч. посібн. / Львів: Вид-во "Інтелект-Захід", 2016. 488 с. Ціноутворення: Навч.метод. посібник. 2е вид., стереотип. К.: МАУП, 2019. 108 с. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: Навч. посіб. / К.: Кондор, 2015. 214 с.
Форма проведення занять	Лекції і практичні заняття
Форма семестрового контролю	Екзамен

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою вивчення дисципліни є формування у майбутніх менеджерів теоретичних знань і практичних навичок з питань ефективного формування та функціонування цін на підприємствах різних галузей і сфер національної економіки.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен **знати**: основні теорії ринкового ціноутворення, механізм формування і функціонування ринкових цін, основні фактори ціноутворення, систему ціноутворення в Україні, цінову політику підприємства, методи і стратегії ціноутворення, загальну характеристику системи цін, їх основних видів та функцій, особливості установлення цін на зовнішньому ринку, методології розробки цінової політики та стратегії підприємства, цілі та методи державного регулювання цін, його впливу на економічні процеси, особливості ціноутворення у різних галузях та сферах.

Після вивчення дисципліни студент повинен **вміти**: здійснювати аналіз факторів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, формувати і визначати склад і структуру ціни, вирішувати основні задачі, пов'язані з вибором цінової політики і визначенням оптимального рівня цін в конкретних умовах господарювання з урахуванням динаміки кон'юнктури ринку, застосовувати на практиці знання щодо формування цінової політики і стратегії підприємства; використовувати інструментарій, потрібний для виробки ефективних цінових рішень, обирати методи ціноутворення в залежності від ринкових умов, сфери і цілей діяльності підприємства і ефективно використовувати ці методи на практиці.

Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук. (11)

Загальні компетентності (З): здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу (З3), здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (З4), здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово (З6), здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (З9), здатність до проведення досліджень на відповідному рівні (З10).

Спеціальні компетентності (С): здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища (С2).

Програмні результати навчання (Р): демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень (Р4), виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень (Р6), застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації (Р8), демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним (Р16), виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера (Р17).

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Теоретичні основи ціни

Тема 2. Система цін і теоретичні основи механізму ринкового ціноутворення

Тема 3. Методи ціноутворення

Тема 4. Стратегія ціноутворення

Тема 5. Аналіз попиту і оцінка його еластичності

Тема 6. Цінова політика підприємства

Тема 7. Оптові ціни на продукцію промисловості та у сфері товарного обігу

Тема 8. Роздрібні ціни

Тема 9. Ціни і ціноутворення у зовнішній торгівлі

Тема 10. Державне регулювання ціноутворення в Україні