

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09-05.01/075.00.1/М/ОК35-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 1

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09-05.01/075.00.1/М/ОК35-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 1

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою факультету бізнесу та сфери обслуговування

27 серпня 2024 р., протокол № 8

Голова Вченої ради

Галина ТАРАСЮК



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Маркетингова цінова політика»

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр»
спеціальності 075 «Маркетинг»
освітньо-професійна програма «Маркетинг»
факультет бізнесу та сфери обслуговування
кафедра менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій

Схвалено на засіданні кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій
26 серпня 2024 р., протокол № 7

Завідувач кафедри

Тетяна ОСТАПЧУК

Гарант освітньо-професійної програми

Тетяна ЗАВАЛІЙ

Розробник: к.е.н., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій СОТНИК Ангеліна

Житомир
2024 – 2025 н.р.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	<i>Випуск 1</i>	<i>Зміни 0</i>	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 21 / 2</i>

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетингове ціноутворення» для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «назва освітнього ступеня» спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-професійна програма «Маркетинг» затверджена Вченою радою факультету бізнесу та сфери обслуговування від 27 серпня 2024 р., протокол № 8.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 3

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів <u>3</u>	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»	<u>обов'язкова</u> (обов'язкова, вибіркова)	
Модулів – <u>2</u>	075 «Маркетинг»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – <u>2</u>		<u>3</u>	—
Загальна кількість годин – 90		Семестр	
		<u>5</u>	—
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних <u>3</u> самостійної роботи – <u>2,6</u>	Освітній ступінь «бакалавр»	Лекції	
		<u>16</u> год.	— год.
		Практичні	
		<u>32</u> год.	— год.
		Лабораторні	
		— год.	— год.
		Самостійна робота	
<u>42</u> год.	— год.		
Вид контролю: <u>екзамен</u>			

Частка аудиторних занять і частка самостійної та індивідуальної роботи у загальному обсязі годин з навчальної дисципліни становить:

для денної форми навчання – 53 % аудиторних занять, 47 % самостійної та індивідуальної роботи;

для заочної форми навчання – ___% аудиторних занять, ___ % самостійної та індивідуальної роботи.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 4

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни є формування у студентів цілісного уявлення відносно питань розробки та реалізації маркетингової цінової політики та отримання практичних навичок щодо ціноутворення на нові і традиційні товари та послуги, які випускають, надають або реалізують підприємства.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- вивчення маркетингових процесів ціноутворення та набуття навичок їх аналізу;
- засвоєння принципів побудови маркетингової цінової політики та управління нею;
- ознайомлення з практичними аспектами управління ціновою політикою на підприємстві

Зміст навчальної дисципліни направлений на формування наступних **компетентностей**, визначених стандартом вищої освіти зі спеціальності код спеціальності «Маркетингова цінова політика»:

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

СК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності

Отримані знання з навчальної дисципліни стануть складовими наступних **програмних результатів** навчання за спеціальністю код спеціальності 075 «Маркетинг»:

ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 5

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти зможуть отримати додатково наступні Soft skills:

- *комунікативні навички*: письмове, вербальне й невербальне спілкування; уміння грамотно спілкуватися по e-mail; вести дискусію і відстоювати свою позицію; навички працювати в команді;

- *уміння виступати привселюдно*: навички, необхідні для виступів на публіці; навички проведення презентації;

- *гнучкість і адаптивність*: гнучкість, адаптивність і здатність змінюватися; уміння аналізувати ситуацію, орієнтування на вирішення проблеми;

- *особисті якості*: креативне й критичне мислення; етичність, чесність, терпіння, повага до оточуючих.

3. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1

Змістовний модуль 1. Сутність маркетингової цінової стратегії та формування стратегій ціноутворення

Тема 1. Ціна як категорія ринкового господарства (ЗК 6, СК 2, ПРН 1)

1. Суть ціни та процесу ціноутворення
2. Залежність ціноутворення від типу ринку
3. Роль ціни у конкурентній боротьбі
4. Вплив ціни на обсяг продажу
5. Цінова еластичність попиту

Тема 2. Формування цінової політики (ЗК 6, СК 2, ПРН 1)

1. Цінова політика та принципи її формування
2. Етапи процесу формування цінової політики підприємства
3. Цілі цінової політики та шляхи її реалізації
4. Поняття маркетингової цінової політики

Тема 3. Ціна як інструмент маркетингової політики (ЗК 6, СК 2, ПРН 1)

1. Місце ціни в комплексі маркетингу підприємства
2. Роль ціноутворення у формуванні маркетингової політики підприємства

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 6

3. Сучасні тенденції посилення ролі маркетингу в ціноутворенні

Тема 4. Система цін та їх класифікація (ЗК 6, СК2, ПРН 1)

1. Суть ціни та її місце в системі відносин розширеного відтворення
2. Функції ціни
3. Система цін та особливості вітчизняного ціноутворення в ринкових умовах

Тема 5. Фактори маркетингового ціноутворення (ЗК 7, СК 7, ПРН 2)

1. Вплив попиту і пропозиції на формування ринкових цін
2. Вплив на формування ціни конкурентної структури ринку
3. Вплив витрат та інших ціноутворюючих факторів на формування ціни

Тема 6. Маркетингові стратегії ціноутворення (ЗК 6, СК 7, ПРН 2)

1. Визначення сутності стратегії та її місця в процесі ціноутворення
2. Стратегії, що супроводжують виведення нового товару на ринок
3. Конкурентні цінові стратегії
4. Стратегія диференційованих цін
5. Стратегія встановлення цін за географічним фактором.
6. Стратегії ціноутворення в межах товарної номенклатури
7. Стратегії цін у співвідношенні «ціна-якість»

Змістовний модуль 2. Методичний інструментарій маркетингового ціноутворення

Тема 7. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу (ЗК 7, СК 7, ПРН 3)

1. Витратний підхід до ціноутворення
2. Маркетинговий підхід до ціноутворення
3. Класифікація методів ціноутворення
4. Ціноутворення залежно від витрат, конкуренції, попиту

Тема 8. Процедура прийняття рішень щодо визначення ціни (ЗК7, СК 7, ПРН 4)

1. Процедура прийняття рішень щодо визначення ціни
2. Адаптування ціни до ринкових змін
3. Політика не округлених цін

Тема 9. Коригування цін (ЗК 7, СК 14, ПРН 6)

1. Причини ініціативного зниження та підвищення цін

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 7

2. Алгоритм визначення необхідного зростання обсягу продажу при зниженні ціни

3. Способи підвищення і зниження ціни

Тема 10. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні (ЗК 7, СК 7, ПРН 9)

1. Ціновий ризик, його сутність та особливості визначення

2. Методичний підхід до урахування ризику при формування цінової політики

3. Управління ціновим ризиком на підприємстві

Тема 11. Ціноутворення у міжнародному маркетингу (ЗК 2, СК 2, ПРН 1)

1. Особливості цінового маркетингу на міжнародному ринку

2. Пошук інформації про ціни

3. Види цін у зовнішньоекономічній діяльності

4. Механізм застосування цінової стратегії у міжнародному маркетингу

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 8

4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Змістові модулі і теми	Кількість годин							
	денна форма				заочна форма			
	усього	лекції	практичні (лабораторні)	самостійна робота	усього	лекції	практичні (лабораторні)	самостійна робота
Модуль 1								
Змістовний модуль 1. Сутність маркетингової цінової стратегії та формування стратегій ціноутворення								
Тема 1. Ціна як категорія ринкового господарства	7	2	4	1	-	-	-	-
Тема 2. Формування цінової політики	7	1	2	4	-	-	-	-
Тема 3. Ціна як інструмент маркетингової політики	7	1	2	4	-	-	-	-
Тема 4. Система цін та їх класифікація	7	1	2	4	-	-	-	-
Тема 5. Фактори маркетингового ціноутворення	7	1	2	4	-	-	-	-
Тема 6. Маркетингові стратегії ціноутворення	9	2	3	4	-	-	-	-
Модульний контроль 1	1	-	1	-	-	-	-	-
<i>Разом за змістовий модуль 1</i>	45	8	16	21	-	-	-	-
Змістовний модуль 2. Методичний інструментарій маркетингового ціноутворення								
Тема 7. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу	9	2	4	3	-	-	-	-
Тема 8. Процедура прийняття рішень щодо визначення	9	2	3	4	-	-	-	-
Тема 9. Коригування цін	9	2	3	4	-	-	-	-
Тема 10. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні	9	1	3	5	-	-	-	-
Тема 11. Ціноутворення у міжнародному маркетингу	8	1	2	5	-	-	-	-
Модульний контроль 2	1	-	1	-	-	-	-	-
<i>Разом за змістовий модуль 2</i>	45	8	16	21	-	-	-	-
ВСЬОГО	90	16	32	42	-	-	-	-

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 9

5. Теми практичних (лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
Модуль 1			
Змістовний модуль 1. Сутність маркетингової цінової стратегії та формування стратегій ціноутворення			
1	Тема 1. Ціна як категорія ринкового господарства	4	-
2	Тема 2. Формування цінової політики	2	-
3	Тема 3. Ціна як інструмент маркетингової політики	2	-
4	Тема 4. Система цін та їх класифікація	2	-
5	Тема 5. Фактори маркетингового ціноутворення	2	-
6	Тема 6. Маркетингові стратегії ціноутворення	3	-
	Модульний контроль 1	1	-
Змістовний модуль 2. Методичний інструментарій маркетингового ціноутворення			
7	Тема 7. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу	4	-
8...	Тема 8. Процедура прийняття рішень щодо визначення	3	-
9	Тема 9. Коригування цін	3	-
10	Тема 10. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні	3	-
11	Тема 11. Ціноутворення у міжнародному маркетингу	2	-
	Модульний контроль 2	1	-
РАЗОМ		16	-

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 10

6. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
Модуль 1			
Змістовний модуль 1. Сутність маркетингової цінової стратегії та формування стратегій ціноутворення			
1	Тема 1. Ціна як категорія ринкового господарства 1.1. Теорії ціноутворення 1.2. Внесок у розвиток теорії ціноутворення українських економістів 1.3. Сучасні тенденції в галузі ціноутворення	1	-
2	Тема 2. Формування цінової політики 1. Цінова тактика підприємства на ринку при визначенні ціни продажу. 2. Етапи розробки цінової політики підприємства	4	-
3	Тема 3. Ціна як інструмент маркетингової політики 1. Структура ціни виробництва, відпускної ціни виробника, ціни оптової та роздрібно торгівлі. 2. Особливості української законодавчої бази ціноутворення. Державний контроль за цінами	4	-
4	Тема 4. Система цін та їх класифікація 1. Надбавки торгівлі у структурі ціни, їх призначення та склад. 2. Види надбавок до ціни виробника за якість товару та їх розрахунок	4	-
5	Тема 5. Фактори маркетингового ціноутворення 1. Вплив витрат та інших ціноутворюючих факторів на формування ціни 2. Сприйняття зміни ціни споживачами: психологічні аспекти.	4	-
6	Тема 6. Маркетингові стратегії ціноутворення 1. Напрямки адаптації стратегії до зміни ситуації на ринку 2. Цінові рішення і етапи життєвого циклу товару	4	-
Змістовний модуль 2. Методичний інструментарій маркетингового ціноутворення			
7	Тема 7. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу 1. Переваги і недоліки витратного підходу 2. Вплив ринкових структури на встановлення ціни 3. Чутливість покупців до зміни цін і чинники, що її зменшують	3	-
8	Тема 8. Процедура прийняття рішень щодо визначення ціни підприємства. 1. Взаємозв'язок цінових рішень і комерційного успіху підприємства. 2. Внутрішня і зовнішні чинники, що впливають на цінові рішення підприємства	4	-
9	Тема 9. Коригування цін 1. Зміна ціни конкурентами і можлива реакція підприємства 2. Напрямки дослідження цінової динаміки	4	-

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 11

10	Тема 10. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні 1. Управління ціновим ризиком на підприємстві 2. Контроль за рівнями цін і їх динамікою	5	-
11	Тема 11. Ціноутворення у міжнародному маркетингу 1. Сутність трансфертної ціни. 2. Орієнтація стратегії цінової політики на розширення експортних можливостей підприємства 3. Цінові стратегії залежно від цілей підприємства на зовнішньому ринку 4. Біржове ціноутворення. Аукціони. Міжнародна електронна торгівля 5. Метод ціноутворення на основі закритих торгів	5	-
РАЗОМ		42	-

7. Індивідуальні самостійні завдання

Індивідуальне завдання у формі реферату

Орієнтовна тематика індивідуальних робіт з дисципліни

1. Основні концепції теорії ціни і ціноутворення.
 2. Закон попиту та пропозиції. Встановлення і динаміка рівноважної ціни.
 3. Економічна сутність ціни. Ціноутворюючі фактори.
 4. Ринкова система і ціноутворення.
 5. Система цін і класифікація цін.
 6. Основні фактори, що впливають на рівень і динаміку цін.
 7. Методи і форми державного регулювання цін.
 8. Витрати виробництва і ціноутворення. Економічний зміст витрат.
 9. Ціноутворення і прибуток. Рентабельність. Норма рентабельності.
 10. Маркетингова цінова політика і методи ціноутворення.
 11. Витратний метод ціноутворення.
 12. Параметричні методи ціноутворення.
 13. Маржинально-аналітичні методи ціноутворення.
 14. Маркетингова цінова політика з урахуванням життєвого циклу продукції.
 15. Особливості ціноутворення на товарних біржах.
 16. Ціноутворення та система оподаткування. Прямі та непрямі податки в структурі ціни.
 17. Особливості ціноутворення в агропромислових комплексах.
 18. Методи практичного ціноутворення «Витрати плюс».
- Пряма і зворотна калькуляція.
19. Сутність і порядок формування цін на споживчі товари (оптові, відпускні, роздрібні).
 20. Особливості та порядок формування цін на експортовану продукцію.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 12

21. Трансфертне ціноутворення. Методи розрахунку трансфертних цін.
22. Порядок визначення митної вартості товару. Основні і додаткові митні платежі в структурі ціни на імпортовану продукцію.
23. Основні тенденції та особливості ціноутворення на світовому товарному ринку. Види світових цін.
24. Базисні умови міжнародного ціноутворення. Застосування Інкотермс.
25. Ціноутворення на основі аналізу беззбитковості.
26. Формування цін з урахуванням ринкової конкуренції. Ринкові структури.
27. Форми і методи цінової та нецінової конкуренції.
28. Особливості ціноутворення в будівництві.
29. Основні риси та способи ціноутворення в умовах олігополії.
30. Особливості монопольного ціноутворення. Монополія і цінова еластичність попиту.
31. Ціноутворення на ринку нерухомості (первинний та вторинний ринки).
32. Інфляція та її вплив на цінову політику.
33. Цінова еластичність попиту. Види еластичності.
34. Методологія, методика і основні принципи ринкового ціноутворення.
35. Ціноутворення на нову продукцію.
36. Цінова дискримінація. Види і умови проведення.
37. Порядок і встановлення вихідної ринкової ціни.
38. Регулювання цін на товари виробничо-технічного призначення і товари народного споживання.
39. Структура ціни. Основні економічні елементи ціни.
40. Специфічні особливості світових цін фактичних угод (контрактів).

8. Методи навчання

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються методи навчання, що сприяють досягненню відповідних програмних результатів.

Результат навчання	Методи навчання
<i>ПРН 1</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (демонстрація, ілюстрація) – Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) – Дискусійний метод – Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) – Ситуаційний метод – Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, вирішення задач, проведення розрахунків, ,

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 13

Результат навчання	Методи навчання
	підготовка доповідей)
<i>ПРН 2</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (демонстрація, ілюстрація) – Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) – Дискусійний метод – Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) – Ситуаційний метод – Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, вирішення задач, проведення розрахунків, , підготовка доповідей)
<i>ПРН 3</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (демонстрація, ілюстрація) – Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) – Дискусійний метод – Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) – Ситуаційний метод – Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, вирішення задач, проведення розрахунків, , підготовка доповідей)
<i>ПРН 4</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (демонстрація, ілюстрація) – Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) – Дискусійний метод – Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) – Ситуаційний метод – Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, вирішення задач, проведення розрахунків, , підготовка доповідей)
<i>ПРН 6</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (демонстрація, ілюстрація) – Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) – Дискусійний метод – Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) – Ситуаційний метод – Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 14

Результат навчання	Методи навчання
	матеріалу, вирішення задач, проведення розрахунків, , підготовка доповідей)
<i>ПРН 9</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (демонстрація, ілюстрація) – Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) – Дискусійний метод – Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) – Ситуаційний метод – Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, вирішення задач, проведення розрахунків, , підготовка доповідей)

9. Методи контролю

Перевірка досягнення програмних результатів навчання здійснюється з використанням наступних методів.

Результат навчання	Методи контролю
<i>ПРН 1</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів – Експрес-тестування – Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Перевірка виконання завдань модульного контролю – Екзамен
<i>ПРН 2</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів – Перевірка виконання та захист лабораторних робіт – Експрес-тестування – Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Перевірка виконання завдань модульного контролю – Екзамен
<i>ПРН 3</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів – Перевірка виконання та захист лабораторних робіт

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 15

Результат навчання	Методи контролю
	<ul style="list-style-type: none"> – Експрес-тестування – Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Перевірка виконання завдань модульного контролю – Екзамен
<i>ПРН 4</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів – Перевірка виконання та захист лабораторних робіт – Експрес-тестування – Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Перевірка виконання завдань модульного контролю – Екзамен
<i>ПРН 6</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів – Перевірка виконання та захист лабораторних робіт – Експрес-тестування – Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Перевірка виконання завдань модульного контролю – Екзамен
<i>ПРН 9</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів – Перевірка виконання та захист лабораторних робіт – Експрес-тестування – Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Перевірка виконання завдань модульного контролю – Екзамен

10. Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти

Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Державному університеті «Житомирська політехніка» та розподілу балів, що наведений нижче.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 16

Система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни включає поточний, модульний та підсумковий контроль.

Поточний контроль проводиться для оцінювання рівня засвоєння знань, формування умінь і навичок здобувачів вищої освіти впродовж вивчення ними матеріалу модуля (змістових модулів) навчальної дисципліни. Поточний контроль здійснюється під час проведення навчальних занять.

Модульний контроль проводиться з метою оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти за модуль (змістові модулі) навчальної дисципліни. Модульний контроль проводиться під час навчального заняття після завершення вивчення матеріалу модуля (змістових модулів) навчальної дисципліни. Модульний контроль здійснюється у формі тестів.

Підсумковий контроль проводиться для підсумкового оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни. Підсумковий контроль здійснюється після завершення вивчення навчальної дисципліни або наприкінці семестру. Підсумковий контроль проводиться у формі екзамену. Процедура складання екзамену визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Розподіл балів з навчальної дисципліни

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр	
	денна форма	заочна форма
Виконання завдань поточного контролю	60	-
Виконання завдань модульного контролю	40	-
Підсумкова семестрова оцінка	100	-

Розподіл балів за виконання завдань поточного контролю

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр	
	денна форма	заочна форма
Виконання завдань під час навчальних занять	45	-
Виконання та захист індивідуальних самостійних завдань	15	-
Виконання науково-дослідної роботи та інших видів робіт (додаткові – заохочувальні бали) ³ : 1. Участь у студентських предметних олімпіадах, Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт, грантах, науково-дослідних проектах 2. Підготовка наукових статей, тез доповідей наукових конференцій	до 10 до 10	-
Разом за виконання завдань поточного контролю	60	-

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 17

Розподіл балів за виконання завдань під час навчальних занять

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр	
	денна форма	заочна форма
Відповіді (виступи) на заняттях	10	-
Участь у дискусії	10	-
Виконання тестових завдань	10	-
Виконання та захист практичних завдань, вправ, кейсів	15	-
Разом за виконання завдань під час навчальних занять	45	-

З метою застосування цілих чисел для оцінювання активностей здобувачів вищої освіти під час навчальних занять протягом семестру використовується 100-бальна шкала оцінювання кожного окремо виду робіт. Розрахунок набраних здобувачем вищої освіти балів за виконання завдань під час навчальних занять за семестр проводиться за формулою:

$$P_{\text{НЗ}} = (P_{\text{В}}^{100} \times \text{ВК}_{\text{В}} + P_{\text{Уд}}^{100} \times \text{ВК}_{\text{Уд}} + P_{\dots} \times \text{ВК}_{\dots}) \times \text{К}_{\text{НЗ}}, \quad (1)$$

де $P_{\text{НЗ}}$ – кількість набраних здобувачем вищої освіти балів за виконання завдань під час навчальних занять за семестр;

$P_{\text{В}}^{100}$, $P_{\text{Уд}}^{100}$, P_{\dots} – кількість набраних здобувачем вищої освіти балів за семестр відповідно за відповіді (виступи) на заняттях, за участь у дискусії, за виконання іншого виду робіт, визначеного викладачем (кожний окремо вид робіт на навчальних заняттях оцінюється за 100-бальною шкалою);

$\text{ВК}_{\text{В}}$, $\text{ВК}_{\text{Уд}}$, ВК_{\dots} – вагові коефіцієнти відповідно за відповіді (виступи) на заняттях, за участь у дискусії, за виконання іншого виду робіт, визначеного викладачем. Значення вагових коефіцієнтів розраховуються шляхом ділення кількості балів, які встановлені за виконання окремого виду робіт під час навчальних занять, на сумарну кількість балів за виконання цих робіт (дані для розрахунку вагових коефіцієнтів наведено в табл. «Розподіл балів за виконання завдань під час навчальних занять»);

$\text{К}_{\text{НЗ}}$ – коригувальний коефіцієнт, який визначається шляхом ділення кількості балів, що встановлені за виконання завдань під час навчальних занять, на 100 балів.

$$\text{ВК}_{\text{В}} = 10 \div 45 = 0,22;$$

$$\text{ВК}_{\text{Уд}} = 10 \div 45 = 0,22;$$

$$\text{ВК}_{\text{ТЗ}} = 10 \div 45 = 0,22;$$

$$\text{ВК}_{\text{ЗК}} = 15 \div 45 = 0,34;$$

$\text{К}_{\text{НЗ}}$ – коригувальний коефіцієнт. Значення коригувального коефіцієнту становить $\text{К}_{\text{НЗ}} = 45 \div 100 = 0,45$.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 18

Розподіл балів за виконання завдань модульного контролю

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр	
	денна форма	заочна форма
Виконання завдань модульного контролю	40	-
Разом за виконання завдань модульного контролю	40	-

Якщо здобувач вищої освіти виконав завдання модульного контролю і з урахуванням отриманих балів за поточний контроль набрав у сумі 60 балів або більше, він може погодити дану оцінку в електронному кабінеті і вона стане семестровою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни.

Якщо здобувач вищої освіти під час вивчення навчальної дисципліни набрав 60 балів або більше і бажає покращити свій результат успішності, він проходить процедуру підсумкового контролю у формі екзамену. За складання екзамену здобувач вищої освіти може набрати 40 балів. Набрані бали за виконання завдань підсумкового контролю у формі екзамену, а також бали за поточний контроль сумуються і формується семестрова оцінка з навчальної дисципліни. Бали, які здобувач вищої освіти набрав за виконання завдань модульного контролю, при цьому не враховуються під час розрахунку семестрової оцінки з навчальної дисципліни.

Здобувач вищої освіти допускається до процедури підсумкового контролю у формі екзамену, якщо за виконання завдань поточного контролю набрав 20 балів або більше.

Якщо здобувач вищої освіти за результатами поточного контролю набрав 15-19 балів, він отримує право за власною заявою повторно опанувати окремі теми (змістові модулі) навчальної дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми. Повторне вивчення окремих складових навчальної дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми, здійснюється у вільний від занять здобувача вищої освіти час.

Якщо здобувач вищої освіти за результатами поточного контролю набрав від 0 до 14 балів (включно), він вважається таким, що не виконав вимоги робочої програми навчальної дисципліни та має академічну заборгованість. Здобувач вищої освіти отримує право за власною заявою повторно опанувати навчальну дисципліну у наступному семестрі понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми.

Процедура надання додаткових освітніх послуг здобувачу вищої освіти з метою повторного вивчення навчальної дисципліни чи її окремих складових частин визначена у Положенні про надання додаткових освітніх послуг здобувачам вищої освіти в Державному університеті «Житомирська політехніка».

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 19

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках окремих тем навчальної дисципліни, здійснюється викладачем за зверненням здобувача вищої освіти та представленням документів, які підтверджують результати навчання (сертифікати, свідоцтва, скріншоти тощо). Рішення про визнання та оцінка за відповідну частину освітнього компонента приймається викладачем за результатами співбесіди зі здобувачем вищої освіти.

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках цілого освітнього компонента, здійснюється за процедурою, яка визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Шкала оцінювання

Шкала ЄКТС	Національна шкала	100-бальна шкала
A	Відмінно	90-100
B	Добре	82-89
C		74-81
D	Задовільно	64-73
E		60-63
FX	Незадовільно	35-59
F		0-34

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 20

11. Глосарій¹

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
1	Витрати	Costs
2	Еластичність попиту	Elasticity of demand
3	Ефективність	Efficiency
4	Конкуренти	Competitors
5	Маркетинг	Marketing
6	Попит	Demand
7	Посередники	Intermediaries
8	Прибуток	Profit
9	Пропозиція	Offer
10	Рівень цін	Level of price
11	Споживачі	Consumers
12	Структура ціни	Structure of price
13	Торгівельна надбавка	Allowance of trade
14	Ціна	Price
15	Ціноутворення	Pricing
16	Ціновий ризик	Risk of price
17	Цінова політика	Policy of pricing
18	Цінова стратегія	Pricing strategy of pricing
19	Цінова тактика	Price tactic of pricing
20	Чутливість покупців	Sensitivity of buyer

12. Рекомендована література

Основна література

1. Бучнів М.М. Маркетингове ціноутворення : навчальний посібник. Київ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2023. 134 с. URL: <http://surl.li/vpiyfs>
2. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. М15 Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с. URL: https://fpk.in.ua/images/biblioteka/3bac_finan/tsinoutvorennya-2020.pdf
3. Матвєєва Н. М. М33 Ціноутворення : навч. посіб. / Н. М. Матвєєва, Д. О. Серьогіна, Г. А. Жовтяк ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. 135 с. URL: <http://surl.li/mfpqgw>
4. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: <https://salo.li/2FBdaF4>
5. Ціни і ціноутворення: Підручник/ За ред. А. В. Непрана, І. А. Дмитрієва. Харків: ПП Іванченка, 2024. 446 с. URL: <http://surl.li/prwlpi>

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.09- 05.01/075.00.1/М/ОК35- 1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 21 / 21

Допоміжна література

1. Агеєв Є.А., Шамотова Т.В. Ціноутворення: теорія та практикум. К., 2021. 376 с.
2. Корінєв В. П., Корецький М. Х., Дацій О. І. Маркетингова цінова політика. Навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2020. 200 с.
3. Колесников О. В. Ціноутворення. Навчал. посібник. Видання 4-е. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 156 с
4. Круш П.В. Ціноутворення: підручник для студ. спеціальності 051 «Економіка» / Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 292 с.
5. Літвінов Ю. І., Літвінова Т. Ціноутворення в умовах ринку. Навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 400 с.

13. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. zakon.rada.gov.ua
2. ukrstat.gov.ua
3. Офіційний сайт бібліотеки Державного університету «Житомирська політехніка». URL: <http://lib.ztu.edu.ua/>
4. Освітній портал Державного університету «Житомирська політехніка». URL: <http://learn.ztu.edu.ua/>

*Індекс структурного підрозділу відповідно до наказу ректора «Про затвердження організаційної структури Державного університету «Житомирська політехніка» (наприклад, 22.06).

** Індекс освітньої програми відповідно до наказу ректора «Про індексацію освітніх програм Державного університету «Житомирська політехніка» (наприклад, 122.00.1/Б).

*** Шифр освітньої компоненти в освітній програмі (наприклад, ОК1).

**** Номер випуску робочої програми навчальної дисципліни (наприклад, 1, 2, 3...).

***** Календарний рік, в якому викладається навчальна дисципліна (наприклад, 2024). Якщо навчальна дисципліна викладається протягом декількох років, то зазначається перший рік.