

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА
імені О.М. БЕКЕТОВА

СТАНДАРТ ВИЩОЇ ОСВІТИ



ЦІНОУТВОРЕННЯ

ПРОГРАМА

варіативної навчальної дисципліни

підготовки бакалавр

галузі знань 0306 – Менеджмент і адміністрування

напряму 6.030601 – Менеджмент

Стандарт чинний з дати затвердження

РОЗРОБЛЕНО: Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова,


КАФЕДРА: Економіки підприємств міського господарства

РОЗРОБНИКИ: к.е.н. Жовтяк Г. А. 
(підпис)

ЗАВІДУВАЧ КАФЕДРИ 
(підпис) (Ачкасов Анатолій Єгорович)

“ 27 ” вересня 2014 р., протокол № 3

Схвалено **випусковою** кафедрою Менеджменту і маркетингу в міському господарстві

Протокол від “ 29 ” *серпня* 2014 року № 1
Завідувач випускової кафедри 
(підпис) (Новікова М. М.)

Програма відповідає формі Програми навчальної дисципліни, що затверджена
Наказом по ХНУМГ ім. О. М. Бекетова від 24 лютого 2014 р. № 46-01.

Методист НМВ 
(підпис) (*Угорово Ю В*) “ 29 ” *сб* 2014 р.
(ПБ)

Обговорено та рекомендовано до затвердження Науково-методичною радою Центру
післядипломної освіти і заочного навчання

Голова ради 
(підпис) (Ачкасов Анатолій Єгорович) 30.09.2014 р., протокол № 2

Цей стандарт не може бути тиражований або відтворений будь яким способом
без письмової згоди ХНУМГ ім. О. М. Бекетова

© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова , 2014 рік

© Жовтяк Ганна Анатоліївна , 2014 рік

ВСТУП

Програма вивчення навчальної дисципліни «Ціноутворення» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра напряму підготовки 6.030601 – Менеджмент.

Предметом навчальної дисципліни є вивчення та аналіз процесів ціноутворення в умовах ринку.

Міждисциплінарні зв'язки:

Вивчення цієї дисципліни безпосередньо спирається на:	На результати вивчення цієї дисципліни безпосередньо спираються:
Економічна теорія	Ціноутворення на підприємствах міського господарства
Економіка і фінанси підприємства	Бізнес - планування та бюджетування
Фінанси, гроші та кредит	Маркетинг послуг міського господарства
Маркетинг	

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів (ЗМ):

ЗМ 1. Основи ціноутворення.

ЗМ 2. Формування цінової політики підприємства.

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни «Ціноутворення» є надання студентам теоретичних знань і практичних навичок з питань формування цін та розробки цінової політики.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни «Ціноутворення» є розкриття: теоретичних засад ціноутворення; методики формування цін та її окремих елементів; сутності методів ринкового ціноутворення; особливостей установлення цін на зовнішньому ринку; методологічних підходів до розробки цінової політики та стратегії підприємства; цілей і методів державного регулювання цін та його впливу на економічні процеси.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- визначення ціни та її класифікацію;
- сутність функцій ціни;
- загальні принципи ціноутворення в умовах ринку;
- сутність і порядок розрахунку ціни виробництва, оптової (відпускної) ціни підприємства та промисловості, роздрібною ціни;
- методи ціноутворення;
- сутність світових цін, прийнятий порядок їх розрахунку на різні групи товарів;
- основні цілі цінової політики підприємства;
- види цінових стратегій підприємства;
- визначення та основні відмінності державного регулювання цін.

вміти:

- розробляти гнучку тактику ціноутворення з урахуванням різнопланових факторів;
- розрахувати ціни виробництва, оптові (відпускні) ціни підприємства та промисловості, роздрібні ціни;
- скласти калькуляції роздрібною ціни;
- визначати короткострокові, середньострокові та довгострокові цілі для розробки цінової стратегії;
- розраховувати цільову ціну при зміні умов виробництва та реалізації;
- встановлювати пріоритети в процесі розробки цінової стратегії;
- розрахувати знижки з цін в залежності від обраних критеріїв;
- розрахувати ціни, виходячи з витрат, попиту, конкуренції;
- розрахувати ціни на продукцію, що експортується за кордон.

мати компетентності:

- приймати оптимальні рішення щодо визначення цін та процесу ціноутворення (здатність пояснити функції цін; здатність пояснити класифікацію цін в умовах ринка; здатність визначення ціноутворюючих факторів та їх впливу на рішення по встановленню цін; здатність визначення цін за традиційним методом – на основі витрат на вироблення та реалізацію товарів, здатність визначення цін з урахуванням попиту, конкуренції та інших ринкових факторів; здатність здійснення всіх етапів при прийнятті рішень відносно встановлення ринкової ціни);
- розробляти ефективні стратегічні рішення в процесі ринкового ціноутворення (здатність сформулювати цінову політику; здатність прийняти стратегічні рішення в процесі встановлення цін на ринках з різним ступенем конкуренції; здатність пояснити сутність та сферу застосування державного регулювання цін та його вплив на рівень цін);
- здійснювати обґрунтування прийняття рішень щодо ціноутворення на підприємстві та їх реалізацію (здатність розробляти гнучку тактику ціноутворення з урахуванням різнопланових факторів; здатність обґрунтування необхідності та шляхів коригування цін; здатність використати цінову політику для забезпечення конкурентоспроможності фірми).

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 108 годин(и) 3,0 кредитів ЄКТС.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи ціноутворення

Теоретичні засади ціноутворення. Види та функції цін. Склад ціни та формування її елементів.

Змістовий модуль 2. Формування цінової політики підприємства

Методи ринкового ціноутворення. Ціноутворення на зовнішньому ринку. Цінова політика підприємства. Державна цінова політика та її вплив на економічні процеси.

Індивідуальні завдання: РГЗ

3. Рекомендована література:

1. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення : навч. посібник / О. Є. Мазур. – К.: Центр учбової літератури, 2012. - 480 с.
2. Ціноутворення та управління ціновою політикою: підручник / Л. І. Антошкіна, Н. П. Скригун, Л. Г. Цимбалюк. – Донецьк: Юго-Восток, 2011. – 321 с.
3. Ціноутворення: підручник / С. М. Дайновська. – К.: КНТЕУ, 2009. – 319 с.
4. Шкварчук Л. О. Ціни і ціноутворення: Навч. посібник – К.: Кондор, 2008.

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання: залік

5. Засоби діагностики успішності навчання: поточні та підсумкові тестові завдання, захист індивідуальних завдань, питання і задачі до заліку.

АНОТАЦІЯ

Програма вивчення навчальної дисципліни «Ціноутворення» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра напряму підготовки 6.030601 – Менеджмент.

Предметом навчальної дисципліни є вивчення та аналіз процесів ціноутворення в умовах ринку. Метою викладання навчальної дисципліни «Ціноутворення» є надання студентам теоретичних знань і практичних навичок з питань формування цін та розробки цінової політики. Зміст дисципліни складається з двох змістових модулів: «Основи ціноутворення», «Формування цінової політики підприємства».

ABSTRACT (ANNOTATION)

Program of study of the course "Pricing" prepared in accordance with the educational and vocational training programs for bachelor's field of study 6.030601 - Management.

The object of the course is the study and analysis of the process of pricing in the marketplace. The goal of teaching "Pricing" is to provide students with the theoretical knowledge and practical skills for price formation and development of pricing policies. Contents of the subject consists of two structural modules: "Fundamentals of pricing", "Pricing policy of the company."

АННОТАЦИЯ

Программа изучения учебной дисциплины «Ценообразование» составлена в соответствии с образовательно-профессиональной программой подготовки бакалавра направления подготовки 6.030601 - Менеджмент.

Предметом учебной дисциплины является изучение и анализ процессов ценообразования в условиях рынка. Целью изучения учебной дисциплины «Ценообразование» является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по вопросам установления цен и разработки ценовой политики. Содержание дисциплины состоит из двух содержательных модулей: «Основы ценообразования», «Формирование ценовой политики предприятия».