

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ»

Рівень вищої освіти	Перший бакалаврський)
Код і найменування спеціальності	075 Маркетинг
Тип і назва освітньої програми	ОПП Маркетинг
Курс, семестр	3 курс, 2 семестр
Обсяг і форма семестрового контролю	Кількість кредитів ЄКТС – 4 Загальна кількість годин – 120, із яких: лекцій – 20 год., практичних занять – 28 год. Форма семестрового контролю – екзамен
Мова (и) викладання	Державна
Навчально-науковий інститут / факультет, кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	<i>Викладачка: Дядик Тетяна Василівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу</i> <i>Контакти: аудиторія 464 а, (ПДАУ, навчальний корпус № 4)</i> <i>e-mail: tetiana.diadyk@pdau.edu.ua</i> <i>Сторінка викладачки: https://www.pdau.edu.ua/people/dyadyk-tetyana-vasylivna</i>
МІСЦЕ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ	
Статус навчальної дисципліни	Обов'язкова навчальна дисципліна.
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Вивчення дисципліни «Маркетингове ціноутворення» базується на таких курсах як: «Інфраструктура товарного ринку», «Маркетинг», «Економіка і фінанси підприємства», «Маркетингові дослідження».
Компетентності	загальні: ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. фахові: ФК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ФК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. ФК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. ФК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі. ФК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

	ФК 16. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в сфері маркетингу з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.
Програмні результати навчання	<p>ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>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.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 20. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення економічної ефективності її діяльності та конкурентоспроможності.</p>

РОЛЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНИХ НАВИЧОК (SOFT SKILLS)

Навчальна дисципліна передбачає набуття загальних компетентностей та комплексу соціальних навичок (soft skills), притаманних сучасному фахівцю: комунікативні (комунікабельність, виховання потреби систематичного оновлення своїх знань для їх практичного застосування, проведення презентації, робота в команді, зворотний зв'язок); когнітивні та інформаційні (логіка, бажання навчатися, критичне мислення, самоорганізація); креативні (генерація нових ідей та інноваційних рішень); безконфліктність (вміння врегульовувати суперечності між членами команди або зацікавленими сторонами в процесі реалізації проектів).

МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Формування у студентів системи теоретичних знань і практичних навичок щодо ролі і місця ціни у економічних відносинах; сутності цінової політики, стратегії та методів ціноутворення; особливостей ціноутворення на ринках факторів виробництва та у різних галузях народного господарства; ролі державного регулювання процесів ціноутворення, макроекономічних та зовнішньоторговельних аспектів ціни, ціноутворення у системі маркетингу.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

- Тема 1. Ціна як інструмент маркетингової цінової політики
- Тема 2. Фактори маркетингового ціноутворення
- Тема 3. Система цін та їх класифікація
- Тема 4. Витрати та прибуток в структурі ціни виробництва
- Тема 5. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу
- Тема 6. Маркетингові стратегії ціноутворення
- Тема 7. Ціноутворення в міжнародному маркетингу
- Тема 8. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні
- Тема 9. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні
- Тема 10. Ціноутворення брендів

МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ

Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності: словесні методи: лекція, розповідь-пояснення; бесіда; наочні методи: ілюстрування; демонстрування, презентації; практичні методи: вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анування, підготовка реферату/доповіді;

Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності: методи формування пізнавальних інтересів: створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації.

Інноваційні та інтерактивні методи навчання: інтерактивні методи: дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій, кейс-метод, «Мозковий штурм», комп'ютерні і мультимедійні методи: використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.

Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності: методи усного контролю: опитування, бесіда, доповідь; методи письмового контролю: письмове виконання практичних завдань, самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів.

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Схема нарахування балів, шкала оцінювання результатів навчання	Наведені в Додатку до Силабусу
ПОЛІТИКА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТА ОЦІНЮВАННЯ	
– щодо термінів виконання та перекладання	Терміни виконання та перекладання регламентуються Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті http://surl.li/qhurvx та Положенням про організацію освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті http://surl.li/dcdab . Здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання LMS Moodle), до яких має бути виконано певне завдання.
– щодо академічної доброчесності	Нормативно-правові акти стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці «Академічна доброчесність» сайту ПДАУ http://surl.li/irohph . Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності http://surl.li/sbyeab та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету http://surl.li/cbcoqm . Виконані завдання здобувачами вищої освіти мають бути їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших осіб є прикладами можливої академічної недоброчесності. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час практичних занять заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.
– щодо відвідування занять	Не дозволяються пропуски занять та запізнення з неповажних причин. Здобувачі освіти повинні приймати активну участь під час проведення занять, виконувати необхідний мінімум навчальної роботи, що є допуском до підсумкового контролю. В умовах впровадження дистанційної форми навчання за наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, індивідуальний графік, знаходження на карантині тощо) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватися самостійно, на засадах академічної доброчесності. При цьому щотижня здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту, або через систему дистанційного навчання LMS Moodle про стан виконання завдань.
– щодо зарахування результатів неформальної \ неформальної освіти	Здобувачі вищої освіти мають право на перезарахування результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно відповідного Положення про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету http://surl.li/britcc . Здобувачі можуть самостійно на платформах онлайн-освіти, шляхом участі у короткострокових навчальних програмах і проектах (з видачею сертифіката) опанувати навчальний матеріал, який за змістом дозволяє набути очікувані навчальні результати

	дисципліни.
– щодо оскарження результатів оцінювання	Порядок оскарження результатів оцінювання здобувачів вищої освіти регламентується Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті http://surl.li/blxujj . Підставами для оскарження результату оцінювання можуть бути: недотримання викладачем системи оцінювання, вказаної у робочій програмі навчальної дисципліни, необ'єктивне оцінювання та/або наявність конфлікту інтересів, якщо про його існування здобувач вищої освіти не було і не могло бути відомо до проведення оцінювання. Результат оцінювання може бути оскаржений не пізніше наступного робочого дня після його оголошення. Для оскарження результату оцінювання здобувач вищої освіти звертається з письмовою заявою до декана факультету.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні

1. Корінев В.Л., Корецький М.Х., Дацій О.І. Маркетингова цінова політика. Видавництво: Центр учбової літератури. 2021. 200 с.
2. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
3. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с. URL: <http://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/8280/1/13.pdf>.
4. Опорний конспект лекцій із дисципліни Маркетингове ціноутворення / О.П Бурліцька. Тернопіль: ТНГУ ім. І. Пулюя, 2019. 43 с. URL: <http://surl.li/alriyl>.
5. Останкова Л., Литвинов Ю., Литвинова Т., Подгорная О. Ціноутворення в умовах ринку. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 400 с.

Допоміжні:

1. Thomas T. Nagle, John E. Hogan & Joseph Zale. The Strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Growing More Profitably 6th edition. Published by Routledge, New Delhi. 2023. 352p.
2. The Art of Pricing, New Edition: How to Find the Hidden Profits to Grow Your Business Paperback – April 20, 2017. 216 p.
3. Samoilyk Iuliia, Borovyk Tatiana, Danylenko Viktoria, Diadyk Tetiana, The ecoonatural, economic and marketing potential of the organic production development in the world. Security of the XXI century: national and geopolitical aspects. Issue 3: collective monograph / in edition I. Markina. Nemoros s.r.o., 2021.p. 68-83.
4. Дядик Т.В., Даниленко В.І., Дикопавлєнко В.М. Ціни та чинники маркетингової цінової політики в агробізнесі. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Випуск 4 (31) 2021. С. 58-64. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/31_2021/11.pdf.
5. Дядик Т.В. Даниленко В.І. Особливості ціноутворення брендів. *Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції*: зб. наук. пр. Полтава: ПП «Астроя», 2021. С. 258-261. https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u295/tezi_zbirnik_s_176_1.pdf.
6. Дядик Т.В. Особливості ціноутворення на аграрну продукцію. *Збірник наукових праць науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії за підсумками науково-дослідної роботи в 2020 році* (м. Полтава, 14 травня 2021 року). Полтава: РВВ ПДАА, 2021. С. 4-6. URL: https://www.pdaa.edu.ua/lib/conf2021/%D0%92%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D1%86%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84_2021.pdf.
7. Дядик Т.В. Проблеми ціноутворення у сільському господарстві. *Маркетингове забезпечення продуктового ринку. Збірник тез XIII Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Полтава, 18 травня 2021 року). Полтава: ПДАА. 2021. С. 45-48. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/node/2908/zbirnyk-marketyng-2021.pdf>.
8. Даниленко В.І., Дядик Т.В. Особливості маркетингового ціноутворення при здійсненні

зовнішньоекономічної діяльності в умовах військового стану. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. № 181. Дніпро: ПДАБА, 2022. С. 55-60. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1151/1110>.

9. Дядик Т.В., Даниленко В.І. Стратегії та тактики психології маркетингової цінової політики. *Інфраструктура ринку*. 2023. № 70. С. 83-88. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/70-2023>.

10. Дядик Т.В., Даниленко В.І., Решетнікова О.В. Вплив маркетингового ціноутворення на поведінку споживачів. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. № 184. Дніпро: ПДАБА, 2023. С. 74-79. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1235/1190>.

11. Дядик Т.В., Даниленко В.І., Решетнікова О.В. Управління поведінкою споживачів на основі маркетингового ціноутворення. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. № 186. Дніпро: ПДАБА, 2023. С. 35-39. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1287/1239>.

12. Лядський І.К., Дядик Т.В. Управління соціальним інтелектом з позицій оптимізації ціноутворення на ринку праці. *Економіка, підприємництво, менеджмент*. Том 10, № 2, 2023. С. 48-55. URL: <https://eem.com.ua/web/uploads/pdf/Economics,%20Entrepreneurship,%20Management,%20Vol%2010,%20No%202-48-55,%202023.pdf>

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Президент України <http://www.president.gov.ua>
2. Верховна Рада України. <http://www.rada.gov.ua>
3. Кабінет Міністрів України <http://www.kmu.gov.ua>
4. Міністерство аграрної політики та продовольства України. URL: <http://minagro.gov.ua/>
5. Державний комітет статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Міністерство економіки України <http://www.me.gov.ua>
7. Міністерство фінансів України <http://minfin.kmu.gov.ua>
8. Українська Асоціація Маркетингу <http://uam.in.ua/>
9. Американська асоціація маркетингу <https://www.ama.org>
10. Маркетинговий портал <http://www.marketing-research.in.ua>

Реквізити затвердження

Схвалено на засіданні кафедри маркетингу, протокол від 03 вересня 2024 року № 1

Додаток до силабусу
**СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ, ШКАЛА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ
РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Види навчальної роботи здобувачів вищої освіти, балів*					Разом
	виконання практичного завдання	розв'язування тестів	Самостійна робота		екзамен	
			практичне завдання	реферат / презентація		
Тема 1. Ціна як інструмент маркетингової цінової політики	3	2	2			7
Тема 2. Фактори маркетингового ціноутворення	3	2	2			7
Тема 3. Система цін та їх класифікація	3	2	2			7
Тема 4. Витрати та прибуток в структурі ціни виробництва	3	2	2			7
Тема 5. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу	3	2	2			7
Тема 6. Маркетингові стратегії ціноутворення	3	2	2			7
Тема 7. Ціноутворення в міжнародному маркетингу	3	2	2			7
Тема 8. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні	3	2	2			7
Тема 9. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні	3	2	2			7
Тема 10. Ціноутворення брендів	3	2	2			7
За будь якою темою				10		10
Екзамен					20	20
Всього по дисципліні	30	20	20	10	20	100

* додаткову кількість балів здобувач вищої освіти може отримати опублікувавши тези доповідей у межах тем дисципліни. Максимальна кількість балів за опубліковані тези – 10 балів – додаються в кінці семестру.

Форми, шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти:

Шкала та критерії оцінювання виконання практичного завдання

Кількість балів	Критерії оцінювання
3	відповіді/розв'язок правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання; провадити інноваційну та наукову діяльність та повністю відображає визначений результат навчання за темою
1-2	відповідь/розв'язок недостатньо обґрунтовані та осмислені, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та показує неповноту засвоєння результату навчання

Шкала та критерії оцінювання розв'язування тестів

Кількість балів	Критерії оцінювання
0-2	По кожній темі 20 тестових завдань (по 0,1 балів за кожен правильну відповідь)

Шкала та критерії оцінювання підготовки презентації

Кількість балів	Критерії оцінювання
10	зміст презентації відповідає темі та результату навчання; наявність творчого підходу складання презентації; якісно підготовлена практична розробка, дотримані всі вимоги щодо технічного й естетичного оформлення роботи і орфографічних вимог, наявності електронного (на носіїві) матеріалу презентації.
5-9	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні.
0-4	наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.

Шкала та критерії оцінювання підготовки реферату

Кількість балів	Критерії оцінювання
10	проблема, яка розглядається в рефераті, викладена повно, послідовно, логічно; список використаних джерел 5-6 позицій, відповідає діючому стандарту оформлення бібліографії: здобувач при захисті реферату повністю демонструє засвоєний результат навчання за темою реферату.
5-9	тема реферату викладена досить повно, але є певні недоліки щодо відповідності результату навчання, логіці викладу; бібліографічний список нараховує 4-5 джерел, відповідає сучасним правилам, але містить певні помилки, здобувач при захисті реферату не повністю володіє матеріалом щодо результату навчання за темою реферату.
0-4	тема реферату нерозкрита або ж повністю не розкриває заявлений результат навчання, у бібліографічному списку менше 2 наукових джерел, і він подається не за сучасними правилами, здобувач відмовляється від захисту.

Шкала та критерії оцінювання письмового самостійного завдання

балів	Характеристика критерію
2	вірно розкрито/розв'язане питання самостійної роботи; ЗВО демонструє правильні розрахунки, розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку; відповідь містить обґрунтовані висновки.
0-1	ЗВО демонструє поверхневі знання і розуміння основних положень питання; наявні суттєві помилки в розрахунках; висновки неповні.

Шкала та критерії оцінювання екзамену

Вид завдання	Кількість балів	Критерії оцінювання
Теоретичне	1-5 балів	Свідоме відтворення матеріалу з незначними помилками; дещо порушено логічність та послідовність викладу; недостатньо проявляється самостійність мислення. Відповідь стилістично правильна, містить незначні граматичні помилки.
	5-10 балів	Відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Здобувач показує відмінні знання з визначених результатів навчання по дисципліні
Професійно-орієнтоване (задача)	1-5 балів	Задача розв'язана не до кінця, відсутні методичні основи розв'язку, є помилки у розрахунку
	5-10 балів	Задача виконана правильно та за усіма показниками, послідовність розрахунку описана стилістично та граматично правильно з використанням професійних термінів, показує здатність студента використовувати професійні компетентності при розв'язанні практичних завдань та показує відмінні знання з визначених результатів навчання по дисципліні
Всього	20 балів	

*Екзамен складається з двох теоретичних питань та одного професійно-орієнтованого завдання. Максимальна кількість балів за екзамен – 20.