

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ЦІНИ ТА ЦІНОУТВОРЕННЯ»

Мета: надання здобувачам вищої освіти широких теоретичних, практичних знань і вмінь 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.

Завдання: формування у здобувачів вищої освіти цілісної системи знань про теоретичні аспекти формування цін, їх класифікацію та функції; можливі цілі цінової політики підприємства та стратегії ціноутворення, що забезпечують їх досягнення; структуру ціни та методи ціноутворення; особливості ціноутворення та процеси, що характерні для ринків факторів виробництва; форми і методи державного регулювання цін та дію механізму контролю за дотриманням дисципліни цін; принципи ціноутворення у зовнішньоекономічній діяльності; маркетингові підходи до ціноутворення в розрізі типів ринків, етапів життєвого циклу товару та стратегій ціноутворення; вмінь: правильно обирати та розробляти стратегію ціноутворення в залежності від цілей цінової політики підприємства; визначати ціну продукції за допомогою методів ціноутворення; визначати прокатну та капітальну ціни факторів виробництва; оцінювати можливі економічні наслідки державного втручання у процеси ціноутворення; обчислювати контрактну ціну експортно-імпортних операцій з врахуванням умов поставки, способу фіксації та поправок ціни.

Предмет дисципліни: аналіз процесів ціноутворення в умовах ринку.

Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Тема 1. Ціна та її сутність, функції цін в економіці.

Тема 2. Принципи ринкового ціноутворення.

Тема 3. Ціноутворення на ринках різних типів.

Тема 4. Система цін.

Тема 5. Витрати в структурі ціни виробництва.

Тема 6. Прибуток у структурі ціни виробництва.

Тема 7. Методи встановлення цін.

Тема 8. Державне регулювання цін.

Тема 9. Цінова політика підприємства.

Тема 10. Цінова стратегія підприємства на ринку.

Тема 11. Встановлення цін на експортну продукцію.