

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова науково-методичної
ради НУВГП
e-підпис Валерій СОРОКА
19.07.2022

06-13-35S

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

SYLLABUS

Маркетингове ціноутворення

Marketing Pricing

Шифр за ОП

ФП14 Code in Educational Program

Освітній рівень:
бакалаврський (перший)

Educational level:
Bachelor's (first)

Галузь знань
**Управління та
адміністрування**

07

Field of knowledge:
**Management and
administration**

Спеціальність
Маркетинг

075

Field of study:
Marketing

Освітня програма:

Educational Program:

Маркетинг

Marketing

Силабус навчальної дисципліни «**Маркетингове ціноутворення**» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) освітнього ступеня, спеціальності 075 Маркетинг, освітньо-професійної програми «Маркетинг». Рівне. НУВГП. 2022. стор. 11.

ОПП на сайті університету: <http://er3.nuwm.edu.ua/16030/>

Розробник силабусу: *Попко Олена Володимирівна, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу*

Силабус схвалений на засіданні кафедри
Протокол № 10 від «07» червня 2022 року

Завідувач кафедри: *е-підпис Мальчик М.В., д.е.н, професор.*

Керівник освітньої програми: *е-підпис Попко О.В., д.е.н., професор.*

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІЕМ
Протокол № 09 від «20» червня 2022 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІ: *е-підпис Ковшун Н.Е., д.е.н., професор*

СЗ №-3199 в ЕДО.

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Ступінь вищої освіти *бакалавр*

Освітня програма *Маркетинг*

Спеціальність *075 Маркетинг*

Рік навчання, *4*

семестр *8*

Кількість кредитів *4,5*

Лекції: *24 годин*

Практичні заняття: *22 години*

Самостійна робота: *89 годин*

Курсова робота: *ні*

Форма навчання *денна, заочна*

Форма підсумкового контролю *залік*

Мова викладання *українська*

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА

ПРОФАЙЛ ЛЕКТОРА



*Попко Олена Володимирівна,
доктор економічних наук,
професор кафедри маркетингу*

Вікіситет *<https://cutt.ly/WgeMRXP>*

ORCID *<https://orcid.org/0000-0003-3356-6070>*

Як комунікувати *o.v.popko@niwmt.edu.ua
тел. 098-603-07-56*

*Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі
MOODLE*

ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація, мета, цілі Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетингове навчальної цінноутворення» є формування системи теоретичних і дисципліни практичних знань щодо промислового маркетингу, сучасних концепцій його розвитку, методологічних та організаційних засад використання.

Основні цілі:

- вивчення теорії промислового маркетингу, методології маркетингових досліджень;
- розроблення і планування маркетингових стратегій та їх реалізації промисловими підприємствами;
- опанування сучасних методів управління маркетинговою і комунікаційною діяльністю у сферах закупівлі, збуту, розподілу промислової продукції.

Посилання на розміщення навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle

<https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=4890>

Компетентності

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

Програмні результати навчання

Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до

Структура
навчальної
дисципліни

моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

Навчальна дисципліна складається з 24 годин лекційних занять, 22 годин практичних занять та 89 год. самостійної роботи.

Змістовий модуль № 1. Основи маркетингового ціноутворення

Тема 1. Формування цінової політики

*(4 год. – лекцій, 2 год. – практичних занять,
12 год. – самостійна робота)*

Сутність і роль цінової політики в сучасній економіці. Функції ціни. Основні принципи формування цінової політики. Ціноутворення на різних типах ринків.

Тема 2. Види цін та їх класифікація

*(2 год. – лекцій, 2 год. – практичних занять,
12 год. – самостійна робота)*

Основні види цін. Загальна класифікація цін. Ціни експорту та імпорту.

Тема 3. Чинники маркетингового ціноутворення

*(2 год. – лекцій, 2 год. – практичних занять,
12 год. – самостійна робота)*

Зовнішні чинники, що впливають на ціноутворення. Чинники, що визначають цінову чутливість споживачів.

Тема 4. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу

*(2 год. – лекцій, 2 год. – практичних занять,
12 год. – самостійна робота)*

Відмінна риса маркетингового підходу до ціноутворення. Методи прямого ціноутворення. Ціноутворення в рамках товарної номенклатури. Встановлення цін за географічною ознакою. Методи непрямого маркетингового ціноутворення.

Змістовий модуль № 2. Практичні інструменти маркетингового ціноутворення

Тема 5. Ціна як інструмент маркетингової політики

*(2 год. – лекцій, 2 год. – практичних занять,
12 год. – самостійна робота)*

Психологічне сприйняття ціни. Вплив ціни на обсяги продажів. Цінова еластичність (еластичність попиту від ціни). Вплив витрат на ціни. Варіанти цінової політики.

Тема 6. Маркетингові стратегії ціноутворення

*(4 год. – лекцій, 4 год. – практичних занять,
12 год. – самостійна робота)*

Загальна характеристика цінових стратегій. Варіанти цінових стратегій

Ціноутворення в міжнародному маркетингу. Попередня оцінка цінових стратегій підприємств.

Тема 7. Державне регулювання процесів ціноутворення

*(4 год. – лекцій, 4 год. – практичних занять,
12 год. – самостійна робота)*

Загальні питання регулювання цін. Законодавче регулювання процесів ціноутворення в Україні. Регулювання цін у промислово розвинутих країнах.

Тема 8. Ціноутворення брендів

*(4 год. – лекцій, 4 год. – практичних занять,
5 год. – самостійна робота)*

Необхідність стратегії управління марочними активами. Принципи ціноутворення марочних товарів.

Методи, технології навчання та викладання:

проблемно-пошуковий метод; навчальна дискусія; мозковий штурм; кейс-стаді/аналіз ситуації.

Засоби навчання: мультимедіа, проекційна апаратура, інформаційно-комунікаційні системи, роздаткові друковані матеріали.

Методи оцінювання та структура оцінки

Для досягнення цілей та завдань курсу студентам потрібно вчасно виконати практичні, індивідуальні та самостійні завдання, вчасно здати модульні контролі роботи. Викладач проводить оцінювання індивідуальних завдань студентів

шляхом аналітичного дослідженням разом із студентом.

За вчасне та якісне виконання практичних, індивідуальних та самостійних завдань, здобувач вищої освіти отримує такі **обов'язкові бали:**

50 балів – усні, письмові практичні та самостійні завдання,

10 балів – індивідуальне завдання.

Всього поточна складова оцінювання: 60 балів.

Модульна складова оцінювання:

Модульний контроль № 1 – 20 балів,

Модульний контроль № 2 – 20 балів.

Всього модульна складова оцінювання: 40 балів.

Разом: 100 балів.

Студенти можуть отримати **додаткові бали** за: виконання рефератів, есе дослідницького характеру, наукових тез або статей за темою курсу. Тему дослідницької роботи студенти можуть вибрати самостійно за погодженням із викладачем. **Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни.**

Модульний контроль проходить у формі тестування. У тесті 20 запитань різної складності:

рівень 1 – 14 запитань по 0,5 бали (усього – 7 балів),

рівень 2 – 5 запитань по 2 бали (усього – 10 балів),

рівень 3 – 1 запитання по 3 бали (усього – 3 бали).

Усього за модульний контроль – 20 балів.

Лінк на нормативні документи, що регламентують проведення поточного та підсумкового контролів знань студентів, можливість їм подання апеляції: <http://nuwm.edu.ua/strukturni-pidrozdili/navch-nauk-tsentr-nezaleznoho-otsiniuvannia-znan/dokumenty>.

Місце навчальної дисципліни в освітній траєкторії здобувача вищої освіти

Вивченню даної дисципліни передуює вивчення навчальних дисциплін першого (бакалаврського) освітнього рівня.

Для вивчення даного курсу студентам необхідні знання з таких дисциплін: маркетинг, економіка підприємства, маркетинг промислового підприємства, маркетингова товарна політика, маркетинг послуг, інфраструктура товарного ринку та інші.

Інформаційні ресурси

Всі навчально-методичні матеріали (робоча програма, методичні вказівки, навчальні посібники) вільно доступні на сторінці дисципліни в Навчальній платформі НУВГП: <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view?id=4890>.

Базова література

1. Окландер М., Чукурна О. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2020. – 284 с.
2. Останкова Л., Літвінов Ю., Літвінова Т. Ціноутворення в умовах ринку. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. – 400 с.

Допоміжна література

3. Яковлева А. І., Ларкі М. І. Маркетинг промислового підприємства: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2019. – 496 с.
4. Маслак О. І., Воробйова Л. Д. Економіка промислового підприємства: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. – 172 с.
5. Мальчик М.В. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика: Монографія / Мальчик М.В., Попко О.В., Гонтаренко Н.А., Толчанова З.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І., Мельник Т.Д; за редакцією Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2015. – 192 с.

Інші інформаційні ресурси

6. Національна бібліотека ім. В.І. Вернацького. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>.
7. Наукова бібліотека НУВГП (м. Рівне, вул. Олекси Новака, 75). URL: <http://nuwm.edu.ua/naukova-biblioteka>(інформаційні ресурси у цифровому репозиторії).
8. Освіта.UA: Освіта в Україні та за кордоном. URL: <http://osvita.ua/>.
9. Вища освіта. URL : http://osvita.ua/legislation/Vishya_osvita/.
10. Обласна наукова бібліотека (м. Рівне, майдан Короленка, 6. URL: <http://www.lib.rv.ua/>.
- 11.Рівненська централізована бібліотечна система (м. Рівне, вул. Київська,44). URL: <http://www.cbc.rv.ua/>.
- 12.Офіційні сайти Інтернет, законодавчі та нормативні акти, періодичні видання, статистичні дані.

ПРАВИЛА ТА ВИМОГИ (ПОЛІТИКА)

Дедлайни та перескладання

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/>. Згідно цього документу і реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі. Передача модульних контролів здійснюється згідно <http://nuwm.edu.ua/struktorni-pidrozdili/navch-nauk-tsentri-nezaleznoho-otsiniuvannia-znan/dokumenti>. Оголошення стосовно дедлайнів здачі та передачі оприлюднюються на сторінці MOODLE <https://exam.nuwm.edu.ua/>.

Правила академічної доброчесності

За списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, студент позбавляється подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість. За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності. Документи стосовно академічної доброчесності (про плагіат, порядок здачі курсових робіт, кодекс честі студентів, документи Національного агентства стосовно доброчесності) наведені на сторінці ЯКІСТЬ ОСВІТИ сайту НУВГП– <http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj>.

Вимоги до відвідування

Студенту не дозволяється пропускати заняття без поважних причин. У випадку пропуску заняття студент має можливість відпрацювати тему на консультації, яка відбувається на заздалегідь визначеній парі в ауд. 275 (кафедра маркетингу). Студент має право оформити індивідуальний графік навчання згідно відповідного положення <http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/>. При об'єктивних причинах пропуску занять, студенти можуть самостійно вивчити пропущений матеріал на платформі MOODLE <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=4890>. Здобувачі без обмежень можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки. В умовах карантину лекції та семінарські заняття проводяться за допомогою Google Meet за корпоративними профілями.

ДОДАТКОВО

Правила отримання зворотної інформації про дисципліну	Щосеместрово студенти заохочуються пройти онлайн опитування стосовно якості викладання та навчання викладачем даного курсу та стосовно якості освітнього процесу в НУВГП. За результатами анкетування студентів викладачі можуть покращити якість навчання та викладання за даною та іншими дисциплінами. Результати опитування студентам надсилають обов'язково. Порядок опитування, зміст анкет та результати анкетування здобувачів минулих років та семестрів завантажені на сторінці «ЯКІСТЬ ОСВІТИ»: http://nuwm.edu.ua/porjadok-opituvannja http://nuwm.edu.ua/sp/anketuvannja http://nuwm.edu.ua/sp/rezuljtati-opituvannja .
Оновлення змісту навчальної дисципліни	За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукових психолого-педагогічних дослідження особистості, діяльності та професійної діяльності, враховуючи досвід зарубіжних країн стосовно організації професійної діяльності фахівців певної галузі. При викладанні даної дисципліни враховано вимоги Закону України «Про вищу освіту» та нормативні документи щодо організації освітнього процесу у ЗВО, Стандарт вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1 . Студенти також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін у галузі педагогіки та психології та використання сучасних технологій навчання. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.
Навчання осіб з інвалідністю	Документи та довідково-інформаційні матеріали стосовно організації навчального процесу для осіб з інвалідністю доступно за посиланням: http://nuwm.edu.ua/sp/dlja-osib-z-invalidnistju . У випадку навчання таких категорій здобувачів освітній процес даного курсу враховуватиме, за можливістю, усі особливі потреби здобувача. Викладач та інші здобувачі даної освітньої програми максимально сприятимуть організації навчання для осіб з інвалідністю та особливими освітніми потребами.