

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри маркетингу,
менеджменту та
публічного адміністрування
Протокол № 1 від “26” серпня 2024 р.
Зав. кафедри



_ Н.С. Приймак

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ»

Ступінь: бакалавр

Кількість кредитів ЄКТС 5

Розробник:
Приймак Н.С.,
доцент, д.е.н.

2024 -2025 навчальний рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни
Обов'язкова (для студентів спеціальності "назва спеціальності") / вибіркова дисципліна	Обов'язкова для студентів спеціальності 075 «Маркетинг»
Семестр (осінній / весняний)	осінній
Кількість кредитів	5
Загальна кількість годин	150
Кількість змістових модулів	2
Лекції, годин	42
Практичні / семінарські, годин	28
Лабораторні, годин	-
Самостійна робота, годин	80
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	5,0
самостійної роботи студента	5,7
Вид контролю	екзамен

2. Програма навчальної дисципліни

Ціль- формування професійних компетентностей щодо визначення особливостей маркетингового ціноутворення та практичних навичок з формування цінової політики та цінової стратегії підприємства.

Завдання: ознайомлення з категоріальним апаратом дисципліни, надання знань щодо особливостей маркетингового ціноутворення, опанування методикою розробки цінової політики підприємства, підходами до вибору стратегії і тактики ціноутворення; формування навичок розрахунку ціни різними методами; набуття вмінь розробки і моніторингу цінової політики підприємства в умовах динамічного маркетингового середовища.

Предмет: механізм маркетингового ціноутворення на підприємствах та його ефективність.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

1. Ціна на ринку і в системі маркетингу.
2. Функції та принципи ціноутворення.
3. Формування цінової політики.
4. Система цін та їх класифікація.
5. Фактори маркетингового ціноутворення.
6. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу.
7. Процедура прийняття рішень щодо визначення ціни.

8. Коригування ціни.
9. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні.
10. Ціноутворення в міжнародному маркетингу.
11. Оцінювання ризику в ціноутворенні.
12. Ціноутворення брендів.

3. Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	усього	У тому числі			
		л	п/с	лаб.	срс.
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи маркетингового ціноутворення					
Тема 1. Ціна на ринку і в системі маркетингу	11	4	2		5
Тема 2. Функція ціни	12	2	2		8
Тема 3. Формування цінової політики	12	2	2		8
Тема 4. Система цін та їх класифікація	11	4	2		5
Тема 5. Фактори маркетингового ціноутворення	11	4	2		5
Тема 6. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу	13	4	4		5
Тема 7. Процедура прийняття рішень щодо визначення ціни	11	4	2		5
Разом за змістовим модулем 1	81	24	16		41
Змістовий модуль 2. Маркетингова цінова політика і стратегія підприємства					
Тема 8. Коригування ціни	11	4	2		5
Тема 9. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні	12	4	2		6
Тема 10. Ціноутворення в міжнародному маркетингу	14	2	2		10
Тема 11. Оцінювання ризику в ціноутворенні	16	4	2		10
Тема 12. Ціноутворення брендів	16	4	4		8
Разом за змістовим модулем 2	69	18	12		39
Усього годин	150	42	28		80

4. Теми семінарських/практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Семінар – розгорнута бесіда Ціна на ринку і в системі маркетингу	2
2.	Семінар запитань і відповідей Функція ціни	2
3.	Семінар запитань і відповідей Формування цінової політики	2
4.	Семінар – розгорнута бесіда Система цін та їх класифікація	2
5.	Семінар запитань і відповідей Фактори маркетингового ціноутворення	2
6.	Семінар з розв'язанням практичних завдань Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу	2

7.	Семінар з розв'язанням практичних завдань Ринкові методи ціноутворення та їх специфіка	2
8.	Семінар – розгорнута бесіда Процедура прийняття рішень щодо визначення ціни	2
9.	Семінар запитань і відповідей Коригування ціни	2
10.	Семінар – розгорнута бесіда Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні	2
11.	Семінар запитань і відповідей Ціноутворення в міжнародному маркетингу	2
12.	Семінар з розв'язанням практичних завдань Оцінювання ризику в ціноутворенні	2
13.	Семінар з розв'язанням практичних завдань Ціноутворення брендів	2
14.	Семінар з розв'язанням практичних завдань Використання брендування для досягнення цілей маркетингу. Захист групових проектів	2
Всього		28

5. Розподіл балів, які отримують студенти

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у випадку проведення екзамену: на протязі семестру (50 балів) та при проведенні підсумкового контролю - екзамену (50 балів).

Оцінювання студентів протягом семестру (очна форма навчання)

№ семінарського заняття	Вид роботи/бали					
	Тестові завдання, письмові опитування	Ситуаційні завдання, задачі	Обговорення теоретичних питань теми	ПМК/Захист групових проектів	СРС	Сума балів
Змістовий модуль 1						
Тема 1	2		1			3
Тема 2	2		1		1	4
Тема 3	2	1			1	4
Тема 4	2		1		1	4
Тема 5	1	1	1		1	4
Тема 6	1	1	1			3
Тема 7	1	1				2
Тема 8	2	1				3
				3		3
Разом змістовий модуль 1	13	5	5	3	4	30
Змістовий модуль 2						
Тема 9	2	1				3
Тема 10	1		1			2
Тема 11	1		1		1	3
Тема 12	2	1				3

Тема 13	1	1			1	3
Тема 14	1	1		3	1	6
				3		3
Разом змістовий модуль 2	8	4	2	3	3	20
Разом	21	9	7	6	7	50

**Оцінювання студентів протягом семестру
(заочна форма навчання)**

Поточне тестування та самостійна робота			Підсумковий тест (екзамен)	Сума в балах
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Індивідуальне завдання	50	100
20	20	10		

Загальне оцінювання результатів вивчення дисципліни

Для виставлення підсумкової оцінки визначається сума балів, отриманих за результатами екзамену та за результатами складання змістових модулів. Оцінювання здійснюється за допомогою шкали оцінювання загальних результатів вивчення дисципліни (модулю).

Оцінка		
100-бальна шкала	Шкала ЄКТС	Національна шкала
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	
75-79	C	4, «добре»
70-74	D	
60-69	E	3, «задовільно»
35-59	FX	
0-34	F	2, «незадовільно»