

СИЛАБУС

з дисципліни «Цінова політика»

на отримання ступеню вищої освіти «магістри» за спеціальністю

073 «Менеджмент»

Харківський національний технічний університет

сільського господарства імені Петра Василенка

Обсяг курсу – 3 кредити (ECTS): 14 годин лекції, 16 годин – практичні заняття, 60 годин – самостійна робота, залік.

Викладач курсу – **Морозов Володимир Іванович** к.е.н., доцент ЗВО кафедри економіки та маркетингу (<http://new.khntusg.com.ua/staff/morozov-volodimir-ivanovich>)

ОПИС КУРСУ

Пререквізити (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями). Базові знання з дисциплін: «Економічна теорія», «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Економіка підприємства», «Маркетинг».

Постреквізити. Продовжують вивчення даного предмету наступні дисципліни: «Цінова маркетингова політика», «Товарна маркетингова політика», «Структура товарного ринку», «Біржова діяльність».

Коротка анотація дисципліни (загальна характеристика, особливості, переваги).

Структуру та зміст курсу побудовано на основі узагальнення реальної практики управління провідними підприємствами. Опановуючи курс, здобувач вищої освіти має засвоїти сучасні концепції та стратегії ціноутворення та цінової політики; володіти методами та інструментами здійснення цінової політики підприємства; орієнтуватись в сучасних концепціях та інструментарії цінової сфери міжнародної економічної сфери; орієнтуватись в цінових інструментах біржової сфери.

Вивчення даної дисципліни дає можливість здобувачу вищої освіти:

знати:

- поняття ціни, взаємозв'язок категорій ціна і ринок, ціна і гроші.
- суть процесу ціноутворення. залежність цінової стратегії від етапу життєвого циклу, на якому знаходиться товар;
- чинники макросередовища, що впливають на ціни: загальний стан економіки, політичні чинники, податкова, кредитно-грошова, зовнішньоекономічна політика держави, політика державного регулювання цін;
- теорія трудової вартості та її основні положення: ціна як грошовий вираз вартості товару; можливість та необхідність відхилення ціни від вартості. споживча вартість, вартість товару і ціна;
- ціна як інструмент механізму державної економічної політики, види цін в залежності від видів ринку, рівня їх лібералізації, галузевої форми продукції, структури товаропросування, характеру використання, форми франкування.
- поняття собівартості продукції та її склад, види собівартості залежно від часу розрахунку: планова, фактична, нормативна кошторисна; залежно від тривалості розрахункового періоду: місячна, квартальна, річна, індивідуальна, середньо галузева; залежно від обсягу витрат, що входять до собівартості: технологічна, цехова, виробнича.
- дослідження ринку як необхідна передумова здійснення підприємством активної політики ціноутворення, етапи проведення цінової політики підприємства, структуризація ринку, вивчення попиту, аналіз рівня його еластичності, поведінка конкурентів і цінова тактика підприємства.
- сутність державного контролю за цінами, необхідність державного регулювання цін в умовах ринку, головні функції держави в галузі ціноутворення: формування політики цін, аналіз і прогноз цін, регламентація загальних правил ціноутворення, контроль за цінами.
- особливості ціноутворення на ринку споживчих товарів та послуг, ціноутворення в сільському господарстві, закупівельні ціни і проблеми еквівалентності обміну між сільським господарством і промисловістю, методи врахування якості продукції в закупівельних цінах.
- особливості світового ринку: його структура та ціноутворюючі фактори, зв'язок між світовими та внутрішніми цінами.

вміти:

- розробка стратегічного плану щодо формування ціни.
- обрати необхідні методи ціноутворення для досягнення визначеної мети.
- визначати складники ціни.
- виявляти чинники, що розширюють межі, у яких компанія може встановлювати свої ціни, а також з'ясувати ціль, яку вона ставить перед собою;
- характеризувати криву попиту і те, як вона впливає на валовий і маржинальний доходи компанії.
- розповідати, чим важлива цінова еластичність попиту для менеджера, який приймає рішення про встановлення цін.
- розраховувати беззбитковість для різних співвідношень ціни, постійних і змінних витрат на одиницю продукції.
- розраховувати початкову орієнтовну ціну за допомогою методів, що базуються на оцінюванні попиту й витрат, спрямованих на збільшення прибутку або переваг над конкурентами.
- визначати основні чинники, які треба враховувати під час встановлення остаточної прейскурантної або базової ціни.
- описувати методи виправлення орієнтованої ціни з урахуванням географічного чинника, а також необхідності надання знижок і заліків.
- визначати основні законодавчі й нормативні документи, які упорядковують ціноутворення.

Мета та основні задачі дисципліни.

Метою викладення дисципліни «Цінова політика» є формування **компетентності** щодо комплексу знань з теоретичних та методологічних основ ціноутворення, оволодіння ними прийомами розробки цінової політики і стратегії компанії, методами розрахунків внутрішніх, зовнішньоторговельних, світових, оптових і роздрібних цін, цін міжнародних контрактів, визначення та реалізація менеджментом фірми ефективною та конкурентоздатною ціновою політики.

Предметом вивчення «Цінової політики» є відносини, що виникають у процесі формування цін на продукцію та послуги підприємств в умовах сучасного ринкового середовища.

Основними **завданнями**, що мають бути вирішені в процесі викладення курсу, є надання здобувачам вищої освіти:

- розкриття теоретичних засад ціноутворення;
- засвоєння методики формування цін та її окремих елементів в системі управління господарськими структурами;
- вивчення сутності методів ринкового ціноутворення;
- знання особливостей та вміння встановлення цін на зовнішньому ринку з метою закріплення позицій компанії в міжнародному економічному просторі;
- володіння методичними підходами до розробки цінової політики й стратегії підприємства;
- вміння застосовувати методи державного регулювання цін при впливі на цінову сферу.

Компетентність, що забезпечує. Вивчення дисципліни забезпечує формування у фахівців управлінського профілю компетентностей щодо базових принципів, основних категорій, сучасних концепцій, теоретичних положень і практичних методів управління ціновою діяльністю організацій та умінь розроблення цінової стратегії, застосування цінових стратегій та методів у системі менеджменту і маркетингу, а також формування здатностей:

- застосовувати знання у практичних ситуаціях цінової сфери;
- виявляти закономірності функціонування сучасних цінових стратегій на мікро-, макро- та міжнародному рівнях менеджментом компаній;
- аналізувати та розв'язувати завдання у сфері регулювання економічних та соціально-трудових відносин;
- здійснювати аналіз базових принципів, методів та інструментарію сучасного аналізу проектів, ціноутворення та обґрунтування господарських та управлінських рішень;
- володіти методологією розробки цінової політики й стратегії підприємства в системі менеджменту компанії.

Результати навчання. За результатами вивчення курсу здобувачі вищої освіти можуть розуміти принципи розробки та впровадження цінової політики підприємства на рівні її менеджменту; особливості функціонування економічних систем; застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати; вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів; застосовувати на практиці знання щодо формування цінової політики і стратегії підприємства; знати ціновий інструментарій, необхідний управлінцям кампаній, для вироблення ефективних цінових рішень та впровадження конкурентоздатної цінової політики; обирати методи ціноутворення в залежності від ринкових умов, сфери та цілей діяльності підприємства; впроваджувати ефективну цінову політику при реалізації поточних, локальних та стратегічних цілей підприємства; реалізовувати цінові важелі і стратегії в системі загального, ефективного та сучасного управління господарськими структурами.

Структура курсу

Змістовий модуль 1. «Концептуальні основи ціноутворення»

Лекції:

- Тема 1. Теоретичні основи ціноутворення
- Тема 2. Система цін та їх функції
- Тема 3. Структура ціни та формування її елементів

Практичні заняття:

- Тема 1. Теоретичні основи ціноутворення
- Тема 2. Система цін та їх функції
- Тема 3. Структура ціни та формування її елементів
- Тема 4. Цінова політика підприємства

Змістовий модуль 2. «Ціноутворення на рівні підприємства, держави та міжнародних ринків»

Лекції:

- Тема 4. Цінова політика підприємства
- Тема 5. Державна цінова політика
- Тема 6. Ціноутворення в біржовій індустрії
- Тема 7. Цінові аспекти зовнішньоекономічних відносин

Практичні заняття:

- Тема 5. Ціноутворення в базових галузях економіки
- Тема 6. Ціноутворення в галузі АПК
- Тема 7. Державна цінова політик
- Тема 8. Цінові аспекти сучасної світової економічної системи

Політика курсу – максимальне розкриття особистісного та інтелектуального потенціалу студента. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу.

Система оцінювання – оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: *модуль 1* – 50 % семестрової оцінки; *модуль 2* – 50 % семестрової оцінки.

Інформаційні ресурси

- Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>
- Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>
- Бібліотека ХНТУСГ. URL: <https://library.khntusg.com.ua/>
- Електронна бібліотека. URL: <http://lib.meta.ua/>
- Студентська електронна бібліотека URL: <http://www.lib.ua-ru.net/>
- Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
- Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- Міністерство економіки України <http://www.me.gov.ua>
- Міністерство фінансів України <http://minfin.kmu.gov.ua>