

# ЦІНОУТВОРЕННЯ

Кафедра маркетингу  
Факультет економіки і підприємництва

## **Анотація:**

**Мета курсу (інтегральна компетентність)** – формування у здобувачів вищої освіти системи знань по сутності, змісту і формуванню ціни в умовах ринкової економіки.

## **Цілі курсу (програмні компетентності):**

- здатність пояснити функції цін та класифікацію цін в умовах ринку;
- здатність визначення ціноутворюючих факторів та їх впливу на рішення по встановленню цін;
- здатність визначення цін за традиційним методом – на основі витрат на вироблення та реалізацію товарів та з урахуванням попиту, конкуренції та інших ринкових факторів;
- здатність сформулювати цінову політику та прийняти стратегічні рішення в процесі встановлення цін на ринках з різним ступенем конкуренції;
- здатність пояснити сутність та сферу застосування державного регулювання цін та його вплив на рівень цін;
- здатність розробляти гнучку тактику ціноутворення з урахуванням різнопланових факторів та обґрунтування необхідності та шляхів коригування цін.

## **Програмні результати навчання:**

- приймати оптимальні рішення щодо визначення цін та процесу ціноутворення;
- здійснювати обґрунтування прийняття рішень щодо ціноутворення на підприємстві та їх реалізацію;
- розробляти ефективні стратегічні рішення в процесі ринкового ціноутворення;
- оцінювати помилки і ризики в ціноутворенні.

**Короткий зміст курсу:** . Ведення в ціноутворення. Формування цінової політики. Ціна як інструмент маркетингової цінової політики. Система цін і їх класифікація.

Фактори маркетингового ціноутворення. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу. Процедура прийняття рішення щодо визначення ціни на сільськогосподарську продукцію. Коригування цін для стимулювання збуту. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні. Маркетингові стратегії ціноутворення. Ціноутворення в міжнародному маркетингу. Оцінка ризику у ціноутворення. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні. Ціноутворення брендів.