



**ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА**

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення методичної ради університету
29 серпня 2024 року,
протокол № 1

Перша проректорка, голова методичної
ради університету, кандидатка наук з
державного управління, доцентка

_____ Ірина КОВТУН

29 серпня 2024 року

М.П.

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ
з навчальної дисципліни
«ЦІНОУТВОРЕННЯ»
для підготовки на першому (освітньому) рівні
здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра (заочна форма навчання)
за спеціальністю 073 Менеджмент
галузі знань 07 Управління та адміністрування**

м. Хмельницький

2024

РОЗРОБНИК:

Професор кафедри менеджменту, економіки,
статистики та цифрових технологій, доктор
економічних наук, професор

_____ Павло ІЖЕВСЬКИЙ

СХВАЛЕНО

Рішення кафедри менеджменту, менеджменту, економіки, статистики та цифрових
технологій

27 серпня 2024 року, протокол № 1

Завідувачка кафедри, кандидатка економічних
наук, доцентка

_____ Наталія ЗАХАРКЕВИЧ

27 серпня 2024 року

Деканеса факультету управління та економіки

_____ Тетяна ТЕРЕЩЕНКО

28 серпня 2024 року

ЗМІСТ

		Стор.
1.	Структура вивчення навчальної дисципліни	2
1.1.	Тематичний план навчальної дисципліни	2
1.2.	Лекції	3
1.3.	Семінарські (практичні, лабораторні) заняття	4
1.4.	Самостійна робота студентів	11
1.5.	Індивідуальні завдання	12
1.6.	Підсумковий контроль	13
2.	Схема нарахування балів	17
3.	Рекомендовані джерела	19
4.	Інформаційні ресурси в Інтернеті	22

1. Структура вивчення навчальної дисципліни

1.1. Тематичний план навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин					
	Денна форма					
	усього	у тому числі				
		л	с	лаб	інд	с.р.
Тема 1. Концепція ціноутворення та система цін	15	1	1	-	-	13
Тема 2. Чинники та методи ціноутворення	15	1	1	-	-	13
Тема 3. Стратегії та ризики ціноутворення	18	1	1	-	-	16
Тема 4. Державне регулювання цін та ціноутворення в галузях матеріального виробництва	18	1	1	-	-	16
Тема 5. Ціноутворення в сфері послуг та біржовій торгівлі	18	0,5	1	-	-	16,5
Тема 6. Ціноутворення на інформаційні продукти та об'єкти інтелектуальної власності	18	0,5	1	-	-	16,5
Тема 7. Ціноутворення в зовнішньоекономічній діяльності	18	0,5	1	-	-	16,5
Тема 8. Цінова політика підприємства	15	0,5	1	-	-	13,5
Усього годин	135	6	8	-	-	121

1.2. Лекції

№ з/п	Назва і план теми	Кількість годин
1	2	3
	Змістовий модуль 1	
1.	Концепція ціноутворення та система цін	1
1.1.	Концепції ціноутворення в економічній теорії.	
1.2.	Склад і структура ціни.	
1.3.	Класифікація цін.	
2.	Чинники та методи ціноутворення	1
2.1.	Чинники ціноутворення.	
2.2.	Суть та класифікація методів ціноутворення.	
2.3.	Коефіцієнти цінової елістичності.	
3.	Стратегії та ризики ціноутворення	1
3.1.	Суть та класифікація стратегій ціноутворення.	
3.2.	Цінове сегментування ринку.	
3.3.	Управління ціновими ризиками.	
4.	Державне регулювання цін та ціноутворення в галузях матеріального виробництва	1
4.1.	Методи прямого державного регулювання цін.	
4.2.	Методи непрямого державного регулювання цін.	
4.3.	Ціни в промисловості.	
4.4.	Ціни в будівництві.	
5.	Ціноутворення в сфері послуг та біржовій торгівлі	0,5
5.1.	Характеристика сфери послуг.	
5.2.	Методи ціноутворення на ринку послуг.	
5.3.	Ціноутворення на товарних біржах.	
6.	Ціноутворення на інформаційні продукти та об'єкти інтелектуальної власності	0,5
6.1.	Ціноутворення в інтернет-торгівлі та інформаційному просторі.	
6.2.	Методи ціноутворення в Інтернет .	
6.3.	Ціноутворення на об'єкти інтелектуальної власності .	
7.	Ціноутворення в зовнішньоекономічній діяльності	0,5
7.1.	Ціноутворення в умовах політики вільної торгівлі та протекціонізму .	
7.2.	Поняття та розрахунок експортних та імпортних цін.	
7.3.	Індикативні ціни .	
8.	Цінова політика підприємства	0,5
8.1.	Сутність і види цінової політики.	
8.2.	Фактори забезпечення цінової політики.	
8.3.	Прямі методи дослідження цін.	
	Усього	6

1.3. Семінарські заняття

Семінарське заняття 1

Тема 1. Концепція ціноутворення та система цін Тема 2. Чинники та методи ціноутворення

Питання для усного опитування та дискусії

- 1.1. Концепція ціноутворення в теорії маркетингу.
 - 1.2. Принципи, види ціноутворення та функції ціни.
 - 1.3. Порядок відшкодування транспортних видатків (ціни Інкотермс).
 - 1.4. Види цінових знижок.
 - 1.5. Алгоритм ціноутворення.
 - 1.6. Криві еластичного та нееластичного попиту по ціні в системі ціноутворення.
 - 1.7. Різновиди та застосування витратних методів ціноутворення:
 - 1.7.1 Повних витрат.
 - 1.7.2 Прямих витрат, у тому числі граничних витрат.
 - 1.7.3 Кривої досвіду.
 - 1.7.5 Аналізу беззбитковості та забезпечення цільового прибутку.
- Врахування рентабельності інвестицій.
- 1.8 Різновиди та застосування ринкових методів ціноутворення:
 - 1.8.1 Методи з орієнтацією на покупців.
 - 1.8.2 Методи з орієнтацією на конкурентів.
 - 1.9 Різновиди та застосування нормативно-параметричних методів ціноутворення:
 - 1.9.1 Агрегатний метод.
 - 1.9.2 Параметричний метод.
 - 1.9.3 Метод регресійного аналізу.
 - 1.9.4 Метод питомої ціни.

Методичні рекомендації

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: ціна, концепція, маркетинг, види ціноутворення, функція, відшкодування, види. Алгоритм ціноутворення, попит, системи ціноутворення, витрати, метод аналізу беззбитковості, прибуток, рентабельність, конкуренція, ціна.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при самостійному вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах:

- гранична корисність;
- рівноважна ціна;
- нефункціональний попит;
- спекулятивний попит;
- соціальний попит;
- оборот обслуговування;
- маркетингова політика ціноутворення;
- ринкова частка;
- лідерство та якість товару;
- соціальна відповідальність;
- комісійні торгівельні агенти;
- каталізатори попиту;
- інтерпретація цінової еластичності попиту.
-

Аудиторна письмова робота

Виконання студентами тестових завдань з питань теми заняття.

Задача 1. Собівартість ювелірного виробу становить 1200 грн., а прибуток підприємства-виробника 40% від собівартості. Ювелірний виріб надходить у роздрібну

мережу без посередника. Торгова націнка 14% від відпускної ціни. Визначити роздрібну ціну ювелірного виробу.

Задача 2. Роздрібна ціна телевізора 1200 грн. Товар постачається безпосередньо в магазин. Торгова надбавка – 25% від вільної відпускної ціни. Прибуток підприємства-виробника становить 43% від собівартості. Визначити собівартість, прибуток підприємства-виробника, а також питому вагу кожного елементу в роздрібній ціні товару (собівартість, прибуток, ПДВ, торгову націнку).

Задача 3. Витрати на сировину та матеріали – 190 грн., витрати на обробку – 30 грн.; змінні загальнозаводські витрати – 60 грн.; нерозділені постійні загально виробничі витрати – 3% від виробничої собівартості; вільна відпускна ціна товару (БЕЗ ПДВ) – 400 грн.; оптова націнка – 2%; торгова націнка – 8% від ціни закупівлі. Визначити: вільну роздрібну ціну товару, який надійшов до торговельного підприємства; ціну, за якою торгова підприємство буде розраховуватись з оптовою базою; прибуток промислового підприємства від реалізації даного товару.

Задача 4. Роздрібна ціна пляшки води 0.5 л – 12.60 грн. Пиво надходить в магазин безпосередньо від підприємства-виробника, прибуток якого становить 30 % від собівартості. Торгова націнка – 25% від вільної відпускної ціни. Визначити собівартість і прибуток підприємства, а також питому вагу кожного елемента в роздрібній ціні (собівартість, прибуток, ПДВ і торгову націнку) .

Семінарське заняття 2

Тема 3. Стратегії та ризики ціноутворення. Тема 4. Державне регулювання цін та ціноутворення в галузях матеріального виробництва

Питання для усного опитування та дискусії

- 2.1. Цінове сегментування ринку.
- 2.2. Методи аналізу цінової динаміки:
 - 2.2.1 Метод середніх цін.
 - 2.2.2 Індексний метод.
- 2.3. Місце цінових ризиків в системі господарських ризиків.
- 2.4 Методи оцінки цінових ризиків.
 - 2.4.1 Розрахунково-аналітичні.
 - 2.4.2 Математико-статистичні.
 - 2.4.3 Аналогій.
 - 2.4.4 Експертних оцінок.
- 2.5 Повноваження органів державного регулювання цін.
- 2.6 Державне регулювання цін монопольних утворень.
- 2.7 Державна антиінфляційна політика.
- 2.8 Ціни на продукцію сільськогосподарського походження та методи їх визначення.
- 2.9 Державне регулювання цін в аграрному секторі.
- 2.10 Світовий досвід регулювання цін.
- 2.11 Транспортні тарифи .
- 2.12 Оптові ціни в промисловості.

Методичні рекомендації

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: ринок, ціна, сегментування, ризик, цінова динаміка, метод, оцінка, цінові ризики, повноваження держави в регулюванні цін, монополія, антиінфляційна політика, продукція, методи, досвід, аграрний сектор, транспортні тарифи, промисловість.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при самостійному вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах:

- нейтральна стратегія;
- матриця цінових стратегій;
- ціова чутливість;
- цінове сегментування;

- лімітування цінових ризиків;
- фінансові наслідки;
- якість товару;
- соціальні гарантії;
- тотальне заморожування цін;
- межа росту ціни;
- оборот оподаткування;
- надлишок продавця;
- надлишок покупця;
- індивідуальний характер продукції;
- кошторисна собівартість.

Аудиторна письмова робота

Виконання студентами тестових завдань з питань теми заняття.

Задача 1. Визначте, чи вигідно виробнику знизити ціну на 0.2 грн., якщо поточна ціна товару – 3 грн., плановий обсяг продаж – 1 млн. шт. Відомо, що конкуренти слідом за фірмою також знизять свої ціни. Показник еластичності попиту за ціною – 1.6 грн.

Задача 2. Компанія встановлює ціну на новий виріб. Прогнозований річний обсяг виробництва 40 тис. шт., прогнозовані змінні витрати на одиницю виробу – 30грн., загальна сума постійних витрат – 800 000грн. Проект потребує додаткового фінансування (кредиту) в розмірі 100 тис. грн. під 20% річних із терміном повернення у 2 роки. Розрахувати планову ціну.

Задача 3. Застосовуючи затратний метод ціноутворення визначити ціну виробу, якщо відомі такі витрати:

- матеріали – 2000 грн.;
- комплектуючі вироби – 1000 грн.;
- основна заробітна плата – 1200 грн.;
- додаткова заробітна плата – 10 % від основної заробітної плати;
- загальновиробничі витрати – 130 % від основної заробітної плати;
- адміністративні витрати – 70 % від основної заробітної плати;
- витрати на збут – 30 % від виробничої собівартості;
- рентабельність – 20 %.

Задача 4. На виготовлення однієї тонни продукції витрачається 0,85 т матеріалу А за ціною 100 грн. за 1 т та 0,55 т матеріалу Б за ціною 200 грн. за 1 т. Зворотні відходи складають 20% і реалізуються за ціною 50 грн. за 1 т. Основна заробітна плата виробничих робітників дорівнює 180 грн., додаткова – 26% від основної, відрахування на соціальне страхування - 22%. Загальновиробничі та інші накладні витрати становлять 180% основної заробітної плати. Скласти калькуляцію виробництва продукції.

Задача 5. Швейне об'єднання випускає дитячий одяг. Відпускна ціна одного виробу становить 100 грн., в тому числі собівартість одного виробу - 50 грн.

За якою ціною буде купувати цю продукцію населення, якщо:

- 1) межа торгівельної надбавки дорівнює 10%;
- 2) межа торгівельної надбавки дорівнює 10%, але вводиться додаткове обмеження - межа нормативу рентабельності 20%;
- 3) швейне об'єднання реалізує продукцію з вказаним нормативом рентабельності, але безпосередньо з фабрики-виробника без послуг торгової організації? Дана товарна позиція із-за підвищеного соціального значення непрямыми податками не обкладається.

Задача 6. ПП «Меліса» спеціалізується на виробництві та продажу ароматизованого чаю і кожного року виводить на ринок безліч продуктів цього типу. Одна упаковка чаю реалізується по ціні 10 грн. Постійні витрати на місяць становлять 4000 грн., а змінні витрати на одиницю продукції –6,5 грн. Чому дорівнює точка беззбитковості в штуках і грошовому виразі. Побудуйте

графік визначення точки беззбитковості. Який показник безпеки? Скільки пачок чаю мусить продати фірма, щоб відшкодувати витрати і отримати прибуток у розмірі 25000 грн.

Задача 7. Собівартість дорівнює 100 грн.; прийнятна рентабельність становить 10%; ПДВ - 20%; максимально можливий рівень роздрібної ціни - 150 грн. Який відсоток торгівельної знижки, торгівельної надбавки?

Задача 8. Приватне підприємство «Мрія» є виробником офісних меблів. В 2022 році планується почати випуск нового виду продукції – комп'ютерних столів. Дослідний зразок столу виготовлений. Для встановлення ціни на стіл планується використати метод питомої ціни, що припускає знання характеристик провідного параметра як власної продукції, так і товарів-конкурентів. Аналітики відділу маркетингу підприємства визначили як провідний параметр товару, на основі якого буде проводитися розрахунок його ціни, робочу площу стола. Встановлено, що залежність між ціною на стіл і площею його робочої з метою одержання інформації про робочу площу столів-конкурентів було проведено спеціальне маркетингове дослідження, результати якого представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз параметрів комп'ютерних столів станом на 01.01.2021 р.
поверхні має прямолінійну залежність.

№	Параметри	Од. виміру	Моделі столів (по виробниках)			
			«А»	«Б»	«В»	«СТ»
1	Ціна стола	грн./шт	2600	2510	2410	
2	Робоча площа стола	кв.м	1,5	1,6	1,3	1,58

Визначити ціну на комп'ютерний стіл «СТ» методом питомої ціни для ситуації, коли за базис для розрахунку ціни приймається стіл моделі «А».

Семінарське заняття 3

Тема 5. Ціноутворення в сфері послуг та біржовій торгівлі. Тема 6. Ціноутворення на інформаційні продукти та об'єкти інтелектуальної власності

Питання для усного опитування та дискусії

- 3.1 Ціноутворення на туристичні послуги.
- 3.2 Ціноутворення на медичні послуги.
- 3.3 Ціноутворення на послуги громадського харчування.
- 3.4 Ціноутворення на страхові та фінансові послуги.
- 3.5 Ціноутворення на фондових біржах.
- 3.6 Ціноутворення в інтерактивній торгівлі.
- 3.7 Оптові ціни посередницьких підприємств.
- 3.8 Методи ціноутворення на інформаційні та програмні продукти.
- 3.8.1 Аналітичний метод.
- 3.8.2 Ступінчатий метод.
- 3.8.3 Імовірнісний метод.
- 3.8.4 Параметричний метод.
- 3.9 Об'єкт нематеріальної власності в системі ціноутворення.
- 3.10 Монокритеріальні методи формування ціни бренду.
- 3.11 Мультикритеріальні методи формування ціни бренду.

Методичні рекомендації

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: ціноутворення, туристичні послуги, медичні послуги, страхові послуги, фінансові

послуги, фондова біржа, інтерактивна торгівля, оптові ціни, посередник, підприємство. методи ціноутворення, інформаційні продукти, об'єкт, інтелектуальна власність, бренд.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при самостійному вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах:

- пакетне ціноутворення;
- частка ринку;
- ціна базової послуги;
- спот угода;
- форвардна угода;
- ф'ючерсний контракт;
- хеджування;
- опціон;
- серед;
- асортимент товарів;
- інтернет- торгівля;
- спеціалізовані цифрові та віртуальні товари;
- інтернет- послуги;
- віртуальний ринок;
- дизайн-макет віртуальних посліг;
- оцінка інтелектуальної власності.

Аудиторна письмова робота

Виконання студентами тестових завдань з питань теми заняття.

Задача 1. Визначити оптову ціну 1 кг борошна житнього, якщо:

- закупівельна ціна 1 т жита – 4940,2 грн.;
- надбавка заготівельної ланки – 15% до закупівельної ціни;
- вихід борошна з зерна – 92%;
- витрати на виробництво 1 т борошна – 550 грн.;
- рівень рентабельності виробництва борошна – 20% до повної собівартості.

Задача 2. Визначити відпускну ціну одиниці флакона парфумів, які не обкладаються акцизом при наступних умовах:

- для виготовлення продукції використовується спирт, фактична собівартість якого (спирт виготовляється на даному підприємстві) – 120 грн. за 1 літр;
- ставка акцизного податку на спирт - 40% від відпускну ціни без ПДВ;
- витрати на виготовлення 1 флакона парфумів: 75мл спирту та 25 грн. на виробництво (без урахування витрат на виробництво спирту з урахуванням акцизу);
- рівень рентабельності 25%.

Задача 3. Визначте, чи вигідно виробнику знизити ціну на 0.2 грн., якщо поточна ціна товару – 3 грн., плановий обсяг продаж – 1 млн. шт. Відомо, що конкуренти слідом за фірмою також знизять свої ціни. Показник еластичності попиту за ціною – 1.6 грн.

Задача 4. Роздрібна ціна холодильника, який до зниження ціни коштував 1200 грн., складається з таких елементів (у дужках після зниження цін):

- витрати на виробництво і збут продукції на промисловому підприємстві –960 (966) грн.;
- торгово-посередницькі витрати – 81 (69) грн.;
- прибутки промислового підприємства – 27 (24) грн.
- прибуток торгівельно-посередницької організації 36 (30).

Побудувати таблицю, яка характеризує структуру роздрібно ціни холодильника в абсолютних і відносних показниках до і після зниження ціни. Визначити величину торгівельної знижки.

Задача 5. Стартова ціна на товар на аукціоні становила 20 тис. грн. Товар був проданий за ціною 30 тис. грн. Розподілити дохід від торгів до сплати податків і платежів для наступних варіантів:

- 1) продавець товару встановив сам стартову ціну як остаточну;
- 2) власники аукціону отримують за кожну додаткову тисячу відсоток в пропорції (2,4,6,8 і т.д.)
- 3) додатковий дохід між власником товару і власником аукціону ділиться в пропорції 70:30.

Задача 6. Страхова компанія працює на ринку нерухомості. При страхуванні від 10000 грн. до 50000 грн. встановлений страховий тариф у розмірі 100 грн. за кожні 10 тисяч страхової суми, а на суму, що перевищує 25 тис. грн., встановлений тариф у розмірі 7% від суми перевищення. Визначити прибуток і рентабельність страхової компанії при укладанні угоди по страхуванню нерухомості вартістю 47000 грн., якщо витрати зі страхування цієї угоди становлять 770 грн., відрахування у запасні фонди 40% від отриманого доходу по договору страхування за мінусом ПДВ.

Задача 7. Підприємство, що випускає електронагрівачі, не має власної торгівельної мережі. Продукцію, що випускає, підприємство передає посередницькій фірмі, що реалізує електронагрівачі в приналежних їй магазинах. Підприємство не проводить моніторингу цін, тобто не відслідковує зміну продажної ціни своєї продукції. Як Ви оцінюєте дії керівництва підприємства. Яку групу (або групи) цілей ціноутворення Ви можете запропонувати організації для поліпшення ситуації? Відповідь обґрунтуйте.

Задача 8. Собівартість товару становить 720 грн., рентабельність виробництва - 25% до собівартості. Товар не обкладається акцизним податком і обкладається ПДВ (20%). Рівень торговельної надбавки - 17% до оптово-відпускної ціни. Визначити роздрібну ціну на товар.

Семінарське заняття 4

Тема 7. Ціноутворення в зовнішньоекономічній діяльності. Цінова політика підприємства

Питання для усного опитування та дискусії

- 4.1 Політика формування цін компаній в умовах трансфертного ціноутворення.
 - 4.1.1 Угода між двома незалежними компаніями при заниженні ціни.
 - 4.1.2 Угода між афілійованими компаніями при заниженні ціни.
 - 4.1.3 Угода між двома незалежними компаніями при завищенні ціни.
 - 4.1.4 Угода між афілійованими компаніями при завищенні ціни.
- 4.2 Митне регулювання ціноутворення.
- 4.3 Закупівельні ціни та тендерні процедури.
- 4.4 Непрямі методи дослідження цін.
- 4.5 Політика цін життєвого циклу товару.
- 4.6 Ціна та оптимізація прибутку.
- 4.7 Метод найменших квадратів та оцінка кривої попиту.
- 4.8 Цінова політика підприємства на основі управління витратами.

Методичні рекомендації

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: формування цін, трансфертне ціноутворення, ціна, угода, митне регулювання, тендерні процедури компаній, метод дослідження ціни, цінова політика, крива попиту, оцінка оптимізації прибутку,.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при самостійному вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах:

- протекціонізм;
- митні збори;

- індикативне ціноутворення;
- нетарифне регулювання;
- оптимальна цінова поліка;
- параметричні методи ціноутворення;
- переваги та недоліки маркетингових методів ціноутворення.

Аудиторна письмова робота

Виконання студентами тестових завдань з питань теми заняття.

Задача 1. Фірма реалізує продукцію на експорт за ціною 230 грн. за одиницю. На дату надходження товару витрати на сировину зросли на 20% , а витрати на матеріали знизилися на 10% , витрати на оплату праці виросли на 10% . Визначте змінну ціну .

Задача 2. Фірма-експортер реалізує продукцію за ціною 120 гр. од. за штуку. На дату надходження товару витрати на сировину зросли на 10% , а витрати на матеріали знизилися на 15% . Визначте змінну ціну.

Задача 3. Підприємство реалізує продукцію на експорт за ціною 500 грн за одиницю. На період надходження товару до покупця витрати на сировину зросли на 24%, витрати на матеріали знизилися на 12%, а витрати на оплати праці зросли на 14%. Визначте ціну ковшання.

Задача 4. Продукція постачається на експорт. Визначте ціну FOB і CIF. Нижче наведені умовні дані : - вартість товару – 100 грн. - доставка в порт відправлення – 1 грн. - вартість вантажно-розвантажувальних робіт із доставкою товару вздовж борту судна – 2 грн. - вартість доставки на борт судна – 0.5 грн. - фрахт до порту призначення – 5 грн. - вартість вантажно-розвантажувальних робіт в країні-імпортера – 3.5 грн. - доставка на склад покупця – 0.5 грн. - страхування вантажу – 2 грн.

Задача 5. Виробничий потенціал підприємства становить 104 тис. од. Собівартість товару склала 100 грн. / од. Граничний рівень рентабельності - 25%. Обстеження 100 тис. споживачів показало, що 20% з них орієнтуються на якість товару і куплять по 10 одиниць товару за максимальною ціною, для 50% споживачів межа ціни - 120 грн. при покупці 5 од. і 30% споживачів куплять 2 од. при ціні не вище 110 грн. Встановити ціну на товар, виходячи з максимального прибутку від продажів.

Задача 6. Змінні витрати підприємства на виготовлення одиниці продукції становлять 70,5 грн. Загальна сума постійних витрат дорівнює 465 тис. грн. Потужності підприємства з виробництва цієї продукції – 50 тис. одиниць. Ринкова ціна на дану продукцію становить 80 грн. На підставі аналізу беззбитковості визначити цінову і виробничу поведінку підприємства.

Задача 7. Відповідно до прейскуранту „Оптові ціни на руду і флюси чорних металів” необхідно визначити оптову ціну концентрату із вмістом заліза 63,6% і вологістю 8,4%, якщо базисна ціна концентрату при вмісті заліза 65% і вологості 10% становить 1120 грн. /т. Приплати (знижки) за 1% зміни вмісту заліза становлять 54 грн. При відхиленні вмісту вологи в концентраті проти розрахункової норми застосовуються приплати (знижки) в розмірі 1,5% оптової ціни (з урахуванням приплат за залізо) за кожен відсоток вологи.

Задача 8. Звітна інформація про діяльність підприємства:

1. Змінні витрати на одиницю продукції, грн.: прямі матеріальні витрати - 40; прямі витрати на оплату праці – 12,2; виробничі накладні витрати – 4,8.
2. Постійні витрати, тис. грн.: виробничі постійні накладні витрати – 224; постійні витрати на збут – 96.
3. Ціна одиниці продукції , грн. – 147,2.
4. Податок на прибуток, % - 16.

Яка кількість продукції повинна бути реалізована підприємством, щоб отримати чистий прибуток у розмірі 8,5 грн. на одиницю продукції? Яка повинна бути ціна одиниці продукції, щоб підприємство отримало чистий прибуток 320 тис. грн. при реалізації 80 тис. одиниць ?

1.4. Самостійна робота студентів

Тема 1. Концепція ціноутворення та система цін.

Питання для самостійної роботи

1. Еволюція теорій ціноутворення.
2. Фактори формування рівня ринкової ціни.

Завдання та методичні рекомендації до виконання самостійної роботи

Опрацювати літературу за темою самостійної роботи і на підставі її вивчення дослідити еволюцію теорії ціноутворення, систему цілей ціноутворення в історичному ракурсі, вимоги до її формування, види цін та елементи заємозв'язків. Описати особливості формування ціни в сучасних умовах.

На підставі опрацьованої літератури охарактеризувати фактори формування рівня ринкової ціни.

Тема 2. Чинники та методи ціноутворення

Питання для самостійної роботи

1. Законодавство України про ціноутворення.
2. Основні елементи ціни.

Завдання та методичні рекомендації до виконання самостійної роботи

Опрацювати літературу за темою самостійної роботи і на підставі її вивчення дослідити законодавство України про ціноутворення та його вплив на механізм ціноутворення. Дослідити особливості ціноутворення в експортно-імпортих операціях та їх нормативно-правове регулювання.

На підставі опрацьованої літератури охарактеризувати основні елементи ціни в умовах ринкової економіки України

Тема 3. Стратегії та ризики ціноутворення

Питання для самостійної роботи

1. Етапи розробки цінової стратегії.
2. Методи аналізу цінової динаміки.

Завдання та методичні рекомендації до виконання самостійної роботи

Опрацювати літературу за темою самостійної роботи і на підставі її вивчення дослідити основні етапи розробки цінової стратегії.

На підставі опрацьованої літератури охарактеризувати основні методи аналізу цінової динаміки в сучасних умовах.

Тема 4. Державне регулювання цін та ціноутворення в галузях матеріального виробництва

Питання для самостійної роботи

1. Методи витратного ціноутворення.
2. Методи ціноутворення з орієнтацією на попит споживачів.

Завдання та методичні рекомендації до виконання самостійної роботи

Опрацювати літературу за темою самостійної роботи і на підставі її вивчення дослідити методи витратного ціноутворення та їх державне регулювання.

На підставі опрацьованої літератури охарактеризувати основні методи ціноутворення з орієнтацією на попит споживача та їх державне регулювання.

Тема 5. Ціноутворення в сфері послуг та біржовій торгівлі

Питання для самостійної роботи

1. Цінові стратегії на біржовому ринку.
2. Основні засади формування цін на біржовому товарному ринку.

Завдання та методичні рекомендації до виконання самостійної роботи

Опрацювати літературу за темою самостійної роботи і на підставі її вивчення дослідити цінові стратегії на біржовому ринку.

На підставі опрацьованої літератури охарактеризувати основні засади формування цін на біржовому товарному ринку.

6. Ціноутворення на інформаційні продукти та об'єкти інтелектуальної власності

Питання для самостійної роботи

1. Умови та новації ціноутворення в Інтернет.
2. Типологізація витрат при ціноутворенні в Інтернет.

Задача та методичні рекомендації до виконання самостійної роботи

Опрацювати літературу за темою самостійної роботи і на підставі її вивчення дослідити основні умови та новації ціноутворення в інтернеті.

На підставі опрацьованої літератури охарактеризувати типологізацію витрат при ціноутворенні в інтернеті.

Тема 7. Ціноутворення в зовнішньоекономічній діяльності

Питання для самостійної роботи

1. Цінові стратегії на зовнішньому ринку.
2. Функції ціноутворення у зовнішньо-економічній діяльності.

Завдання та методичні рекомендації до виконання самостійної роботи

Опрацювати літературу за темою самостійної роботи і на підставі її вивчення дослідити цінові стратегії на зовнішньому ринку.

На підставі опрацьованої літератури охарактеризувати функції ціноутворення у зовнішньоекономічній діяльності.

Тема 8. Цінова політика підприємства

Питання для самостійної роботи

1. Методи ціноутворення «директ-кост» і «стандарт-кост».
2. Етапи розробки цінової політики підприємства.

Завдання та методичні рекомендації до виконання самостійної роботи

Опрацювати літературу за темою самостійної роботи і на підставі її вивчення дослідити методи ціноутворення «директ-кост» і «стандарт-кост» та їх вплив на цінову політику підприємства.

На підставі опрацьованої літератури охарактеризувати етапи розробки цінової політики підприємства.

1.5. Індивідуальні завдання

Індивідуальні передбачаються у формі рефератів-оглядів. Тема обирається студентом і виконується за ustalеними вимогами.

1.5.1. Основні вимоги до написання рефератів-оглядів

При виконанні індивідуального завдання необхідно взяти до уваги, що реферат (лат. *refere* – доношу, повідомляю, переказую) – це короткий переказ змісту наукової роботи, книги або вчення, оформлене у вигляді письмової публічної доповіді; доповідь на задану тему, зроблена на основі критичного огляду відповідних джерел інформації (наукових праць, літератури по темі).

Зі свого боку, реферат - огляд складається на основі декількох джерел і зіставляє різні точки зору з досліджуваного питання.

Реферат-огляд, незалежно від теми, містить визначені реквізити: титульна сторінка встановленого зразка, вступ, розділи, висновки, список використаних джерел і додатки (у разі необхідності).

Обов'язково в тексті повинні бути посилання на джерела, що були використані при написанні реферату. Посилання подаються у квадратних дужках з вказівкою номера джерела, за яким воно внесене у список використаних джерел, та сторінки (якщо подається точна цитата або числові дані), наприклад [3, с.8].

Технічні вимоги: текст має бути набраний шрифтом Times New Roman, 14 кеглем через 1,5 інтервали. Поля: верхнє – 2,0 см, нижнє – 2,0 см, лівє – 3,0 см, правє – 1,0 см. Загальний обсяг реферату-огляду – до 12 сторінок формату А4.

1.5.2. Теми рефератів-оглядів

1. Основні недоліки цінової політики вітчизняних підприємств.

2. Взаємозв'язок державної цінової політики і політики підприємства в умовах вітчизняного ринку.
3. Сутність та роль цінової політики підприємства в сучасній економіці.
4. Сучасні наукові підходи в теорії ціноутворення.
5. Функції ціни та умови їх реалізації на підприємствах України.
6. Взаємодія складових політики маркетингового ціноутворення на підприємстві.
7. Особливості ціноутворення на товари, що експортуються з України.
8. Особливості ціноутворення на товари, що імпортуються в Україну
9. Дослідження динаміки цін і особливостей ціноутворення в Україні.
10. Порівняльна характеристика поштових тарифів в Україні.
11. Порівняльна характеристика тарифів мобільних операторів в Україні.
12. Особливості тарифів на електроенергію в Україні.
13. Особливості тарифів на газ в Україні.
14. Особливості тарифів на тепло в Україні.
15. Особливості тарифів на оплату житла в Україні.
16. Форми диференціації цін.
17. Характеристика процесу вибору цінової стратегії українськими підприємствами.
18. Уцінка товарів як інструмент цінової політики.
19. Встановлення оптимальної ціни на новий товар.
20. Специфічні риси формування цін на різних видах товарних ринків.
21. Практичні аспекти використання ціноутворення в рамках товарної номенклатури.
22. Особливості цінової політики в економічних системах різних типів.
23. Законодавче регулювання процесів ціноутворення в Україні.
24. Особливості законодавчого регулювання процесів ціноутворення на міжнародному ринку.
25. Засоби регулювання цін у контексті типових цілей державної економічної політики.
26. Вплив фіскальної політики на ціноутворення підприємства.
27. Основні види ризику ціноутворення.
28. Засоби мінімізації помилок і ризиків в ціноутворенні.
29. Практичні аспекти оцінки ризику рішень, щодо ціноутворення українськими підприємствами.
30. Особливості страхування цін у вітчизняній та закордонній практиці.
31. Продаж товарів на українських сайтах-аукціонах.

1.6. Підсумковий контроль

Підсумковий семестровий контроль проводиться у формі письмового заліку з використанням тестових технологій, у тому числі комп'ютерних.

Структура залікового білету включає теоретичне питання, задачу та 5 тестових завдань.

1.6.1. Питання для підсумкового контролю

1. Концепції ціноутворення в економічній теорії.
2. Склад і структура ціни.
3. Класифікація цін.
4. Чинники ціноутворення.
5. Суть та класифікація методів ціноутворення.
6. Коефіцієнти цінової елістичності.
7. Суть та класифікація стратегій ціноутворення.
8. Цінове сегментування ринку.
9. Управління ціновими ризиками.
10. Методи прямого державного регулювання цін.
11. Методи непрямого державного регулювання цін.

12. Ціни в промисловості.
13. Ціни в будівництві.
14. Характеристика сфери послуг.
15. Методи ціноутворення на ринку послуг.
16. Ціноутворення на товарних біржах.
17. Ціноутворення в інтернет-торгівлі та інформаційному просторі.
18. Методи ціноутворення в Інтернет .
19. Ціноутворення на об'єкти інтелектуальної власності .
20. Сутність і види цінової політики.
21. Фактори забезпечення цінової політики.
22. Прямі методи дослідження цін.
23. Ціноутворення в умовах політики вільної торгівлі та протекціонізму .
24. Поняття та розрахунок експортних та імпортних цін.
25. Індикативні ціни .
26. Непрямі методи дослідження цін.
27. Політика цін життєвого циклу товару.
28. Ціна та оптимізація прибутку.
29. Метод найменших квадратів та оцінка кривої попиту.
30. Цінова політика підприємства на основі управління витратами.
31. Політика формування цін компаній в умовах трансфертного ціноутворення.
32. Митне регулювання ціноутворення.
33. Закупівельні ціни та тендерні процедури.
34. Методи ціноутворення на інформаційні та програмні продукти.
35. Аналітичний метод.
36. Ступінчатий метод.
37. Імовірнісний метод.
38. Параметричний метод.
39. Об'єкт нематеріальної власності в системі ціноутворення.
40. Монокритеріальні методи формування ціни бренда.
41. Мультикритеріальні методи формування ціни бренда.
42. Ціноутворення на туристичні послуги.
43. Ціноутворення на медичні послуги.
44. Ціноутворення на послуги громадського харчування.
45. Ціноутворення на страхові та фінансові послуги.
46. Ціноутворення на фондових біржах.
47. Ціноутворення в інтерактивній торгівлі.
48. Оптові ціни посередницьких підприємств.
49. Повноваження органів державного регулювання цін.
50. Державне регулювання цін монопольних утворень.
51. Державна антиінфляційна політика.
52. Ціни на продукцію сільськогосподарського походження та методи їх визначення.
53. Державне регулювання цін в аграрному секторі.
54. Світовий досвід регулювання цін.
55. Транспортні тарифи.
56. Оптові ціни в промисловості.
57. Цінове сегментування ринку.
58. Методи аналізу цінової динаміки:
59. Місце цінових ризиків в системі господарських ризиків.
60. Методи оцінки цінових ризиків.
61. Алгоритм ціноутворення.
62. Криві еластичного та нееластичного попиту по ціні в системі ціноутворення.
63. Різновиди та застосування витратних методів ціноутворення:
64. Різновиди та застосування ринкових методів ціноутворення.
65. Різновиди та застосування нормативно-параметричних методів ціноутворення.

1.6.2. Приклад залікового білету

1. Теоретичне питання.

2. Тестові завдання.

1. Чинники ціноутворення, які класифікуються за ознакою змісту

- А) технічні; економічні; соціальні; психологічні; організаційні
- Б) зовнішні; внутрішні
- В) основні; додаткові
- Г) інноваційні; стандартні

2. Серед основних чинників ціноутворення немає

- А) попиту
- Б) витрат
- В) пропозиції
- Г) ціни конкурентів
- Д) методів ціноутворення

3. Ціль маркетингової політики ціноутворення «завоювання лідерства за якістю товару» полягає в тому, що

А) продавець керується концепцією соціально-етичного маркетингу, тому шукає компроміс між високими прибутками, задоволенням попиту і відповідальністю перед суспільством

Б) продавець сподівається, що за рахунок більш глибокого проникнення на ринок зростуть обсяги продажів та прибутків в середньо- та довготерміновій перспективі.

В) продавець прогнозує, що за рахунок пропозиції нових товарів та підтримки в свідомості покупця іміджу їх високої якості, зможе отримати додатковий прибуток

Г) продавець знаходиться в передкризовому чи кризовому стані. В таких умовах виживання важливіше за отримання прибутку і доцільно встановлювати низькі ціни

4. За відношенням до процесу виробництва витрати можуть бути класифіковані на

- А) виробничі; невиробничі;
- Б) прямі; непрямі
- В) постійні; змінні
- Г) валові; середні

5. Витрати, що перебувають в прямій залежності від обсягів випуску продукції (матеріальні витрати, заробітна плата, відрахування на соціальне страхування тощо) називаються

- А) невиробничими
- Б) прямими
- В) постійними
- Г) непрямими

6. Сума постійних і змінних витрат на сукупний випуск товару – це

- А) валові
- Б) прямі
- В) постійні
- Г) змінні
- Д) середні
- Е) маржинальні

7. Каталізатором зростання еластичності попиту за ціною є

- А) велика частка витрат на товар у бюджеті покупця
- Б) велика кількість субститутів
- В) можливість відкласти покупку товару в очікуванні зниження ціни

- Г) у товару практично немає аналогів
- Д) товар є унікальним та дорогим
- Е) покупці виправдовують ціну якістю товару чи інфляційними процесами
- Є) покупці не відразу помічають підвищення цін через інфляційні процеси

8. Цінова еластичність попиту буває

- А) пряма
- Б) перехресна
- В) за доходом
- Г) змінна
- Д) очікувана
- Е) лінійна
- Є) горизонтальна

9. Якщо коефіцієнт цінової еластичності попиту вказується як 0,5, то при ньому

- А) якщо ціна знизиться на 1%, то попит збільшиться на 0,5%
- Б) якщо ціна знизиться на 1%, то попит збільшиться на 50 %
- В) якщо ціна знизиться на 1%, то попит знизиться на 50 %
- Г) якщо ціна знизиться на 1%, то попит знизиться на 0,5%

10. Якщо значення коефіцієнту цінової еластичності попиту (ϵ) = 0, то попит

- А) абсолютно нееластичний
- Б) еластичний
- В) нееластичний
- Г) абсолютно еластичний

3. Задача.

Виробнича потужність підприємства з виготовлення запасних частин становить 15 млн. од. на рік. Загальні витрати підприємства у розрахунковому році дорівнюватимуть 410 млн. грн. Цільовий прибуток підприємство прагне отримати в розмірі 20 млн. грн. Ринкова ціна на аналогічні запчастини на ринковому сегменті А дорівнює 42 грн, а на сегменті Б – 39 грн. Визначити базову ціну на запчастини даного підприємства при їх реалізації на обох сегментах ринку, застосувавши метод цільового прибутку.

2. Схема нарахування балів

2.1. Нарахування балів студентам з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до такої схеми:



2.2. Обсяг балів, здобутих слухачем магістратури під час лекцій з навчальної дисципліни, обчислюється у пропорційному співвідношенні кількості відвіданих лекцій і кількості лекцій, передбачених навчальним планом, і визначається згідно з додатком 1 2 до Положення про організацію освітнього процесу в Хмельницькому університеті управління та права (затвердженого 29 травня 2017 року, протокол № 14).

З навчальної дисципліни «Ціноутворення» для студента заочної форми навчання передбачено проведення 3 лекційних заняття. Отже, студент може набрати під час лекцій таку кількість балів (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Розподіл балів для лекцій з навчальної дисципліни «Ціноутворення»

№ з/п	Форма навчання	Кількість лекцій за планом	Кількість відвіданих лекцій/балів		
			1	2	3
1.	Заочна	3	1,67	3,34	5

2.3. З навчальної дисципліни «Ціноутворення» для студентів за спеціальністю 073 «Менеджмент» заочної форми навчання передбачено проведення 4 семінарських заняття.

За результатами семінарського заняття кожному слухачу до відповідного документа обліку успішності виставляється кількість балів від 0 до 5 числом, кратним 0,5, яку він отримав протягом заняття.

Критерії поточного оцінювання знань студентів наведені у п. 4.3.8. Положення про організацію освітнього процесу в Хмельницькому університеті управління та права (затвердженого 29 травня 2017 року, протокол № 14).

2.4. Обсяг балів за самостійну роботу з навчальної дисципліни «Ціноутворення» для студентів розподіляється пропорційно за виконання 8 письмових робіт (1 письмова робота по кожній темі). Залежно від їх обсягу та складності, студент може одержати не більше 10 балів.

Індивідуальне завдання виконане за пропонованою темою наукової роботи оцінюються окремо та складає не більше 10 балів. Загалом за виконання самостійної роботи студент денної форми навчання може одержати максимально 20 балів.

Перерозподіл балів, в межах максимально можливої кількості їх одержання за виконану самостійну роботу, наведено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2.

Розподіл балів для самостійної роботи з навчальної дисципліни «Ціноутворення»

№ з/п	Алгоритм нарахування балів	Номер теми / кількість балів								Разом балів
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	Максимальна кількість балів за одну письмову роботу з відповідної теми	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	20,0
2	Максимальна кількість балів за індивідуальне Завдання, виконане у вигляді наукової роботи	10,0								20,0
	Усього балів									40,0

2.5. За семестровий контроль, що проводиться у формі семестрового заліку з навчальної дисципліни «Ціноутворення», студент заочної форми навчання може максимально одержати 30 балів. Шкала визначення кількості балів та критерії оцінювання знань слухачів магістратури за результатами семестрового контролю, подана у табл. 4.6 підпункту 4.5.1 Положення про організацію освітнього процесу в Хмельницькому університеті управління та права (затвердженого 29 травня 2017 року, протокол № 14).

Перерозподіл балів, в межах максимально можливого одержання їх кількості за надані слухачами магістратури відповіді в усній та письмовій формі відповідно на питання та задачі і тестові Завдання залікового білета, наведено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Розподіл балів для семестрового контролю з навчальної дисципліни «Ціноутворення»

№ з/п	Алгоритм нарахування балів	Номер питань залікового білета			Разом балів
		1	2	3	
1.	Максимальна кількість балів за усну відповідь на кожне питання залікового білета	5,0	5,0	-	10,0
2.	Максимальна кількість балів за розв'язання задачі залікового білета	-	10,0	-	10,0
3.	Максимальна кількість балів за письмову відповідь на тестові завдання	-	-	10,0	10
	Усього балів	5,0	15,0	10,0	30,0

3. Рекомендовані джерела

Тема 1

1. Закон України «Про ціни та ціноутворення» від 21.06.2012 р. № 5007-VI. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення: навчальний посібник Київ: «Центр учбової літератури», 2012. 480 с.
3. Пінішко В. С. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / Пінішко В. С., Рудницька О. С., Юсипович О. І. Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2013. 191 с.
4. Колесников О.В. Ціноутворення : навч. посіб. К.: «ЦУЛ», 2016. 159 с.
5. Літвінов Ю.І., Останкова Л.А., Літвінова Т.М., Підгорна О.В. Ціноутворення в умовах ринку: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури. 2017. 400с.
6. Маркетинг. Навчальний посібник за ред.проф. Буряка Р.І. Київ: ЦП «Компринт», 2019. 765 с.
7. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / за заг. ред. Я.С.Ларіної та О. М. Барілович. 2-ге вид., переробл. і доповн. Харків: Діса плюс, 2016. 280 с.
8. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: Навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
9. Опорний конспект лекцій із дисципліни «Маркетингове ціноутворення» за освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» / О.П.Бурліцька. Тернопіль: ТНТУ ім. І.Пулюя, 2019. 43 с.
10. Шульга О.А. Ціноутворення: курс лекцій: навч. посіб. Київ: НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2015. 110 с.

Тема 2

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755 – VI URL:: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Митний кодекс України. 13.03.2012 р. № 4495-VI. URL:: <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Агєєв Є. Я. Ціноутворення: теорія та практикум : навч. посібник / Є. Я. Агєєв, Т. В. Шахматова, С. В. Піча. Львів : Новий світ-2000, 2012. 373 с.
4. Березін О.В. Управління ціноутворенням: навч.посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. В. Березін, Ю. В. Карпенко. Суми: Університетська книга, 2012. 175 с.
5. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення. Навчальний посібник Київ: «Центр учбової літератури», 2012. 480 с.
6. Пінішко В. С. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / Пінішко В. С., Рудницька О. С., Юсипович О. І. Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2013. 191 с.
7. Кареба М. І. Ціни та ціноутворення: опорний конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр» спеціальності 073 «Менеджмент» денної та заочної форми навчання Миколаїв: МДАУ, 2017. 100 с.
8. Колесников О.В. Ціноутворення : навч. посіб. Київ: «ЦУЛ», 2016. 159 с.
9. Літвінов Ю.І., Останкова Л.А., Літвінова Т.М., Підгорна О.В. Ціноутворення в умовах ринку: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури. 2017. 400с.
10. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: Навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2020. 284 с.

Тема 3

1. Волошенко А. В. Трансфертне ціноутворення як сфера тіньової економіки в Україні. Актуальні проблеми економіки. 2014. № 2. С. 55–58.

2. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення. Навчальний посібник Київ: «Центр учбової літератури», 2012. 480 с.
3. Пінішко В. С. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2013. 191 с.
4. Колесников О.В. Ціноутворення : навч. посіб. Київ: «ЦУЛ», 2016. 159 с.
5. Литвінов Ю.І., Останкова Л.А., Литвінова Т.М., Підгорна О.В. Ціноутворення в умовах ринку: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури. 2017. 400с.
6. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Завадських Г.М. Ціноутворення: курс лекцій/ О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва., В.М. Тебенко Мелітополь: Люкс, 2020. 193 с.
7. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: Навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
8. Опорний конспект лекцій із дисципліни «Маркетингове ціноутворення» за освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» / О.П.Бурліцька. Тернопіль: ТНТУ ім. І.Пулюя, 2019. 43 с.
9. Шульга О.А. Ціноутворення: курс лекцій: Київ: НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2015. 110 с.

Тема 4

1. Березін О.В. Управління ціноутворенням: навч.посіб. для студ. вищ. навч. закл Суми: Університетська книга, 2012. 175 с.
2. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення. Навчальний посібник Київ: «Центр учбової літератури», 2012. 480 с.
3. Пінішко В. С. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / Пінішко В. С., Рудницька О. С., Юсипович О. І. Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2013. 191 с.
4. Колесников О.В. Ціноутворення : навч. посіб. Київ: «ЦУЛ», 2016. 159 с.
5. Литвінов Ю.І., Останкова Л.А., Литвінова Т.М., Підгорна О.В. Ціноутворення в умовах ринку: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури. 2017. 400с.
6. Малініна Н.М. Ціни і ціноутворення: практикум Вінниця: ВНТУ, 2015. –63 с.
7. «Положення про державне регулювання цін (тарифів) на продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного споживання, роботи і послуги монопольних утворень». Постанова Кабінету Міністрів України від 22.02.1995 р. № 135. URL:: <http://zakon.rada.gov.ua>.
8. «Положення про Державну інспекцію з контролю за цінами». Постанова Кабінету Міністрів України від 13.09.2000 р. № 1819. URL:: <http://zakon.rada.gov.ua>.
9. «Про встановлення повноважень органів виконавчої влади та виконавчих органів міських рад щодо регулювання цін (тарифів)». Постанова Кабінету Міністрів України від 25.12.1996 р. № 1548. URL:: <http://zakon.rada.gov.ua>.
10. Тимофєєва Н. Я. Проблеми ціноутворення в Україні. Управління розвитком. 2014. № 1. С. 81-82.
11. Шпичак О.М. Теоретико-методологічні аспекти ціноутворення на сільськогосподарську продукцію. Економіка АПК. № 8. 2012. С. 3-10.

Тема 5

1. Березін О.В. Управління ціноутворенням: навч.посіб. для студ. вищ. навч. закл. Суми: Університетська книга, 2012. 175 с.
2. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення. Навчальний посібник Київ: «Центр учбової літератури», 2012. 480 с.
3. Пінішко В. С. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / Пінішко В. С., Рудницька О. С., Юсипович О. І. Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2013. 191 с.
4. Колесников О.В. Ціноутворення : навч. посіб. Київ: «ЦУЛ», 2016. 159 с.

5. Літвінов Ю.І., Останкова Л.А., Літвінова Т.М., Підгорна О.В. Ціноутворення в умовах ринку: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури. 2017. 400с.
6. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / за заг. ред. Я.С.Ларіної та О. М. Барилевич. 2-ге вид., переробл. і доповн. Харків: Діса плюс, 2016. 280 с.
7. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: Навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
8. Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту: Закон України від 22.12.1998 р. № 330- XIV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>
9. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 р. № 959-ХІІ
10. Про затвердження методики визначення мінімальної та максимальної інтервенційної ціни об'єкта державного цінового регулювання: Постанова КМУ від 11 лютого 2010 р. № 159 URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.

Тема 6

1. 1.Березін О.В. Управління ціноутворенням: навч.посіб. для студ. вищ. навч. закл. Суми: Університетська книга, 2012. 175 с.
2. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення. Навчальний посібник Київ: «Центр учбової літератури», 2012. 480 с.
3. Пінішко В. С. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / Пінішко В. С., Рудницька О. С., Юсипович О. І. Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2013. 191 с.
4. Колесников О.В. Ціноутворення : навч. посіб Київ: «ЦУЛ», 2016. 159 с.
5. 5.Літвінов Ю.І., Останкова Л.А., Літвінова Т.М., Підгорна О.В. Ціноутворення в умовах ринку: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури. 2017. 400с.
6. Маркетинг. Навчальний посібник за ред.проф. Буряка Р.І. К.: ЦП «Компринт», 2019. 765 с.
7. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / за заг. ред. Я.С.Ларіної та О. М. Барилевич. 2-ге вид., переробл. і доповн. Харків: Діса плюс, 2016. 280 с.
8. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: Навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
9. Опорний конспект лекцій із дисципліни «Маркетингове ціноутворення» за освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» / О.П.Бурліцька. Тернопіль: ТНТУ ім. І.Пулюя, 2019. 43 с.
10. Трансферне ціноутворення в Україні (інформаційний портал) URL: <https://tco-audit.com.ua/ua/chto-takoe-transfertnoe-cenoobrazovanie/>

Тема 7

1. 1.Березін О.В. Управління ціноутворенням: навч.посіб. для студ. вищ. навч. закл. Суми: Університетська книга, 2012. 175 с.
2. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення. Навчальний посібник Київ: «Центр учбової літератури», 2012. 480 с.
3. Пінішко В. С. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / Пінішко В. С., Рудницька О. С., Юсипович О. І. Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2013. 191 с.
4. Колесников О.В. Ціноутворення : навч. посіб. Київ: «ЦУЛ», 2016. 159 с.
5. Літвінов Ю.І., Останкова Л.А., Літвінова Т.М., Підгорна О.В. Ціноутворення в умовах ринку: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури. 2017. 400с.

6. Маркетинг. Навчальний посібник за ред.проф. Буряка Р.І. К.: ЦП «Компринт», 2019. 765 с.
7. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / за заг. ред. Я.С.Ларіної та О. М. Барилевич. 2-ге вид., переробл. і доповн. Харків: Діса плюс, 2016. 280 с.
8. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: Навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
9. Опорний конспект лекцій із дисципліни «Маркетингове ціноутворення» за освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» / О.П.Бурліцька. Тернопіль: ТНТУ ім. І.Пулюя, 2019. 43 с.
10. Шульга О.А. Ціноутворення: курс лекцій: навч. посіб. Київ: НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2015. 110 с.

Тема 8

1. Алексеева А., Ігнатенко Т. Трансфертне ціноутворення як механізм податкового контролю. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2014. № 3. С. 85–95.
2. Андрусь О. І. Трансфертне ціноутворення в Україні: проблеми і перспективи розвитку. Сучасні проблеми економіки і підприємництво. 2018. Вип. 22. С. 6–13.
3. Пінішко В. С. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2013. 191 с.
4. Колесников О.В. Ціноутворення : навч. посіб. Київ: «ЦУЛ», 2016. 159 с.
5. Літвінов Ю.І., Останкова Л.А., Літвінова Т.М., Підгорна О.В. Ціноутворення в умовах ринку: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури. 2017. 400с.
6. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / за заг. ред. Я.С.Ларіної та О. М. Барилевич. 2-ге вид., переробл. і доповн. Харків: Діса плюс, 2016. 280 с.
7. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: Навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
8. Опорний конспект лекцій із дисципліни «Маркетингове ціноутворення» за освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» / О.П.Бурліцька. Тернопіль: ТНТУ ім. І.Пулюя, 2019. 43 с.
9. Шульга О.А. Ціноутворення: курс лекцій: навч. посіб. Київ: НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2015. 110 с.

4. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: www.rada.gov.ua.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України . URL: <http://www.kmu.gov.ua>.
4. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. RL: <http://www.me.gov.ua>.
5. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL : www.minfin.gov.ua.
6. Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. RL: <http://www.nbuv.gov.ua>.
7. Офіційний веб-портал органів виконавчої влади України. URL: <http://www.kmu.gov.ua> .
8. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. URL:<http://www.ssmc.gov.ua> .

9. Офіційний сайт наукового журналу «Економіка України». URL: <http://www.economukraine.com.ua/index.php>.
10. Офіційний сайт збірника наукових праць «Економічна теорія та право». URL: <http://econtlaw.nlu.edu.ua>.
11. Офіційний сайт науково-теоретичного журналу «Економічна теорія». URL: <http://etet.org.ua>.
12. Офіційний сайт Інституту демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи Національної академії наук України. URL: <http://www.idss.org.ua>.
13. Офіційний сайт Інституту економіки та прогнозування Національної академії наук України. URL: <http://ief.org.ua>.
14. Офіційний сайт Інституту економічних досліджень та політичних консультацій. URL: <http://www.ier.com.ua> (дата звернення: 12.06.2020).
15. Офіційний сайт Міжнародного валютного фонду. URL: <http://www.imf.org/external/>.
16. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <http://www.me.gov.ua>.
17. Офіційний сайт інституту управління проєктами (Project Management Institute). URL: <https://www.pmi.org/about>
18. Офіційний сайт української асоціації управління проєктами “УКРPHET” URL: <http://upma.kiev.ua/>
19. Блог: Управління проєктами URL: <https://pmb.com.ua/uk/blog/category/upravlenie-proektami/>
20. Worksection блог. URL: <https://worksection.com/ua/blog/from-chaos-to-project-management.html>
21. Sokrat. Навчальний портал. URL: <https://sokrat.training/blohy--upravlinnia-proektamy/>
22. Instar. Project management. URL: <https://in-star.com.ua/education/blogs/>
23. Онлайн-курси із сертифікатами на платформах Prometheus, Coursera, Campster.