

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

Кафедра економіки

С.В. Волошина, Д.Р. Калініченко

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА ЦІНОВА ПОЛІТИКА**

Кривий Ріг
2017

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

Кафедра економіки

С.В. Волошина, Д.Р. Калініченко

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА ЦІНОВА ПОЛІТИКА**

Затверджено на засіданні
кафедри економіки
Протокол № 6
від 30 листопада 2017 р.

Схвалено навчально-методичною радою
ДонНУЕТ
Протокол № 4
від 27.12.2017 р.

Кривий Ріг
2017

УДК 338.51/53 (072)
В 68

Рецензенти:

С.О. Єрмак, кандидат економічних наук, доцент
О.В. Неізнана, кандидат економічних наук, доцент

Волошина, С.В., Калініченко, Д.Р.

В 68 Ціноутворення та цінова політика : метод. вказ. до вивч. дисц. : для студентів ступеня «бакалавр» / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. економіки ; С.В. Волошина, Д.Р. Калініченко. – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2017. – 60 с.

Методичні вказівки покликані допомогти студентам ступеня «бакалавр» усіх форм навчання організувати вивчення дисципліни «Ціноутворення та цінова політика» завдяки інформації щодо змісту модулів та тем дисципліни, планів семінарських (практичних) занять, завдань для самостійного вивчення та розподілу балів за видами робіт з метою поточного оцінювання знань, наданому переліку рекомендованої основної та допоміжної літератури й інформаційних ресурсів.

УДК 338.51/53 (072)

© Волошина С.В., Калініченко Д.Р., 2017
© Донецький національний університет
економіки і торгівлі імені Михайла
Туган-Барановського, 2017

ЗМІСТ

ВСТУП	5
ЧАСТИНА 1. ЗАГАЛЬНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ	6
ЧАСТИНА 2. ЗМІСТ СЕМІНАРСЬКИХ / ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ	14
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи ціноутворення.....	15
Змістовий модуль 2. Методологічні основи ціноутворення і формування цінової політики.....	17
ЧАСТИНА 3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ	26
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи ціноутворення.....	27
Змістовий модуль 2. Методологічні основи ціноутворення і формування цінової політики.....	37
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	58

ВСТУП

Дисципліна «Ціноутворення та цінова політика» відноситься до циклу професійної дисциплін підготовки бакалаврів за усіма формами навчання.

Для вивчення дисципліни «Ціноутворення та цінова політика» потрібні знання дисциплін циклу загальної і професійної підготовки, зокрема таких як: політекономія, вища математика, статистика, мікроекономіка, макроекономіка, економіка підприємства, підприємництво і бізнес-культура, менеджмент, маркетинг, фінанси, гроші та кредит, міжнародна економіка, управління витратами тощо.

Метою вивчення дисципліни є формування системи базових знань з методології ціноутворення і практичних навичок щодо розробки цінової політики підприємства.

Предмет дисципліни: умови формування цін та елементи цінової політики підприємства.

Завдання:

- формування знань щодо економічної сутності ціни, системи цін, місця ціни в комплексі методів державного регулювання економіки;

- оволодіння методичними підходами до визначення рівня цін в різних галузях економіки і сферах товарного обороту;

- опанування методикою розробки цінової політики підприємства, підходами до вибору стратегії і тактики ціноутворення;

- формування навичок розрахунку базової ціни різними методами;

- набуття вмінь розробки і моніторингу цінової політики підприємства.

Загалом на підставі глибокого вивчення теоретичного матеріалу з дисципліни та аналізу конкретних практичних вправ і ситуацій студенти повинні навчитися творчо обмірковувати роль окремих видів цін та місце цінової політики в економічному механізмі підприємства.

Метою підготовки даного навчального видання є допомога студентам в освоєнні програмного матеріалу цієї професійної дисципліни при підготовці до виконання усіх видів навчальних робіт.

ЧАСТИНА 1.
ЗАГАЛЬНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Опис дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів - 3	Вибіркова для напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства»	
Загальна кількість годин – 90	Семестр	
	6-й	7-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 3	Лекції	
	15 год.	6 год.
	Практичні, семінарські	
	30 год.	2 год.
	Лабораторні	
	-	-
	Самостійна робота	
	45 год.	82 год.
Вид контролю: залік		

2. Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин									
	денна форма					заочна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
л.		пр.	лаб.	сам. робота	л.		пр.	лаб.	сам. робота	
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи ціноутворення										
Тема 1. Економічна сутність ціни	6	1	2	-	3	6,5	0,5	-	-	6
Тема 2. Види цін	6	1	2	-	3	7	0,5	0,5	-	6
Тема 3. Ціни в системі методів державного регулювання економіки	6	1	2	-	3	6	-	-	-	6
Теми 1-3. Модульний контроль 1 (МКР №1)	4	-	2	-	2	2	-	-	-	2
<i>Разом за змістовим модулем 1</i>	<i>22</i>	<i>3</i>	<i>8</i>	<i>-</i>	<i>11</i>	<i>21,5</i>	<i>1</i>	<i>0,5</i>	<i>-</i>	<i>20</i>
Змістовий модуль 2. Методологічні основи ціноутворення і формування цінової політики										
Тема 4. Оптові ціни на продукцію промисловості	10	2	4	-	4	11,5	1	0,5	-	10
Тема 5. Особливості формування цін в окремих сферах товарного обігу	10	2	4	-	4	10,5	0,5	-	-	10
Тема 6. Роздрібні ціни на товари і послуги	10	2	4	-	4	11	0,5	0,5	-	10
Тема 7. Цінова політика підприємства	9	2	2	-	5	7	1	-	-	6
Тема 8. Методи ціноутворення	10	2	2	-	6	11,5	1	0,5	-	10
Тема 9. Цінові стратегії підприємства	7	1	2	-	4	6,5	0,5	-	-	6

Тема 10. Реалізація і контроль цінової політики підприємства	6	1	2	-	3	6,5	0,5	-	-	6
Теми 4-10. Модульний контроль 2 (МКР №2)	6	-	2	-	4	4	-	-	-	4
Разом за змістовим модулем 2	68	12	22	-	34	68,5	5	1,5	-	62
Усього годин	90	15	30	-	45	90	6	2	-	82

3. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема семінарського (практичного) заняття	Кількість годин
1	Семінар – розгорнута бесіда Економічна сутність ціни	2
2	Семінар запитань і відповідей Види цін	2
3	Семінар – розгорнута бесіда Ціни в системі методів державного регулювання економіки	2
4	Практичне заняття Модульна контрольна робота №1	2
5	Семінар – розгорнута бесіда Оптові ціни на продукцію промисловості	2
6	Практичне заняття Оптові ціни на продукцію промисловості	2
7	Семінар – розгорнута бесіда Особливості формування цін в окремих сферах товарного обороту	2
8	Практичне заняття Особливості формування цін в окремих сферах товарного обороту	2
9	Семінар – розгорнута бесіда Роздрібні ціни на товари і послуги	2
10	Практичне заняття Роздрібні ціни на товари і послуги	2
11	Семінар – розгорнута бесіда Цінова політика підприємства	2
12	Практичне заняття Методи ціноутворення	2
13	Семінар – розгорнута бесіда Цінові стратегії підприємства	2
14	Семінар – розгорнута бесіда Реалізація і контроль цінової політики підприємства	2
15	Практичне заняття Модульна контрольна робота №2	2

4. Індивідуальні завдання

1. Огляд навчальної, наукової і періодичної літератури.
2. Підготовка рефератів, доповідей за обраною темою.
3. Підготовка тез доповідей з метою виступу на університетських, всеукраїнських та міжнародних семінарах та конференціях.

5. Обсяги, зміст та засоби діагностики самостійної роботи

Вид та тема занять	Кількість годин самостійної роботи	Зміст самостійної роботи	Засоби діагностики
1	2	3	4
Модуль 1			
Змістовий модуль 1: Теоретичні основи ціноутворення			
Тема 1. Економічна сутність ціни	3	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: поняття і значення ціни; ціна як елемент ринку; теорія цінової еластичності; ціна як складова маркетингового комплексу; основні функції ціни; фактори ціноутворення. Джерела [1-3;8; 11;13;15]. 2. Самотестування. 3. Домашнє розв'язання задач. 4. Підготовка доповіді з теорії цін.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, результати розв'язання задач, презентація доповіді
Тема 2. Види цін	3	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: система цін і ознаки, покладені в її основу; класифікація цін за різними ознаками. Джерела [1-3;8; 11;13;15]. 2. Самотестування. 3. Підготовка доповіді з питань щодо взаємозв'язку між окремими видами цін.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді
Тема 3. Ціни в системі методів державного регулювання економіки	3	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: поняття, цілі та способи державної цінової політики України; інфляція і динаміка цін; взаємодія цін з грошовою, податковою і кредитними системами; проблеми і перспективи реформування ціноутворення в Україні. Джерела [1-4;8; 11;13;15;18;23]. 2. Самотестування. 3. Домашнє розв'язання задач. 4. Підготовка доповіді з питань взаємозв'язку між цінами та важелями державного регулювання економіки.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, результати розв'язання задач, презентація доповіді
Теми 1-3. Модульна контрольна робота №1	2	1. Підготовка до МКР №1.	МКР №1
Разом змістовий модуль 1	11		

Змістовий модуль 2: Методологічні основи ціноутворення і формування цінової політики			
Тема 4. Оптові ціни на продукцію промисловості	4	<p>1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: сутність, види і порядок формування оптових цін на промислову продукцію; собівартість – основа формування ціни; прибуток і рентабельність виробника; акцизний податок як елемент ціни; податок на додану вартість. Джерела [1-3;8;11;13;15].</p> <p>2. Самотестування.</p> <p>3. Підготовка доповіді з питань формування оптових цін у промисловості.</p> <p>4. Домашнє розв'язання задач.</p>	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді, результати розв'язання задач
Тема 5. Особливості формування цін в окремих сферах товарного обороту	4	<p>1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: закупівельні ціни; порядок формування оптових цін на продукцію, яка надходить через заготівельні, торгово-посередницькі ланки і підприємства оптової торгівлі; особливості біржового ціноутворення; оптові ціни у зовнішньоторговельному обороті; транспортні вантажні тарифи. Джерела [1-3;8; 9-11;13-15].</p> <p>2. Самотестування.</p> <p>3. Підготовка доповіді з питань формування оптових цін у різних сферах товарного обігу.</p> <p>4. Домашнє розв'язання задач.</p>	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді, результати розв'язання задач
Тема 6. Роздрібні ціни на товари і послуги	4	<p>1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: сутність і склад роздрібною ціни; торговельна надбавка як елемент роздрібною ціни; особливості ціноутворення у громадському харчуванні; особливості ціноутворення у комісійній торгівлі; ціноутворення на аукціонах; ціноутворення у посилоківій і телефонній торгівлі товарами і послугами; ціноутворення у системі страхування. Джерела [1-3;8; 11;13;15].</p> <p>2. Самотестування.</p> <p>3. Підготовка доповіді з питань формування роздрібних цін.</p> <p>4. Домашнє розв'язання задач.</p>	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді, результати розв'язання задач
Тема 7. Цінова політика підприємства	5	<p>1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: цінова політика підприємства: сутність, типи, етапи</p>	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування,

		розробки; оцінка зовнішнього середовища і внутрішнього потенціалу підприємства; визначення цілей цінової політики. Джерела [1;5; 6; 16]. 2. Само тестування. 3. Підготовка доповіді з питань формування цінової політики.	презентація доповіді
Тема 8. Методи ціноутворення	6	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: основні підходи і методи ціноутворення; методики розрахунку базової ціни товару різними методами; приклади розрахунку базової ціни товару різними методами. Джерела [1;5-7;12;16;17;19-22;24]. 2. Само тестування. 3. Домашнє розв'язання задач.	Фронтальне та індивідуальне опитування, тестування, результати розв'язання задач
Тема 9. Цінові стратегії підприємства.	4	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: поняття та типи цінової стратегії підприємства; розробка цінової стратегії; врахування ризику в ціновій стратегії. Джерела [1-3;8; 11;13;15]. 2. Само тестування. 3. Підготовка доповіді з питань формування цінової стратегії.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді
Тема 10. Реалізація і контроль цінової політики підприємства	3	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: диференціація цін; контроль цінової політики; моніторинг цін конкурентів; коригування цінової політики. Джерела [1-3;8; 11;13;15]. 2. Само тестування. 3. Підготовка доповіді з питань реалізації і контролю цінової політики підприємства.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді
Теми 4-10. Модульна контрольна робота №2	4	1. Підготовка до МКР №2.	МКР №2
Разом змістовий модуль 2	34		
Разом	45		

6. Результати навчання

1.	Знання економічної сутності ціни, системи цін, місця ціни в комплексі методів державного регулювання економіки
2.	Розуміння методичних підходів до визначення рівня цін в різних галузях економіки і сферах товарного обороту
3.	Знання методики розробки цінової політики підприємства, підходів до вибору стратегії і тактики ціноутворення
4.	Уміння визначати базову ціну різними методами
5.	Уміння розробляти цінову політику підприємства і проводити її моніторинг

7. Форми навчання

Лекції, семінарські (практичні) заняття, самостійна робота (підготовка презентацій, рефератів, самостійно опрацювання додаткових питань за рекомендованою літературою).

8. Методи оцінювання

Поточне оцінювання на семінарських (практичних) заняттях, усні презентації, контрольні модульні роботи, залік.

9. Розподіл балів, які отримують студенти

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються протягом семестру в обсязі 100 балів.

Оцінювання протягом семестру

№ теми / семінарського (практичного) заняття	Вид роботи / бали					
	Тестові завдання	Задачі, завдання, кейси тощо	Обговорення теоретичних питань теми	Індивідуальне завдання	ПМК	Сума балів
Модуль 1						
Змістовий модуль 1						
Тема 1	2	3	3	1		9
Тема 2	2		3	1		6
Тема 3	2	3	3	1		9
Теми 1-3					5	5
Разом змістовий модуль 1	6	6	9	3	5	29
Змістовий модуль 2						
Тема 4	2	6	3	1		12
Тема 5	2	6	3	1		12
Тема 6	2	6	3	1		12

Тема 7	2		3	1		6
Тема 8		6		1		7
Тема 9	2		3	1		6
Тема 10	2		3	1		6
Теми 4-10					10	10
Разом змістовий модуль 2	12	24	18	7	10	71
Разом модуль 1	18	30	27	10	15	100

Шкала оцінювання загальних результатів вивчення дисципліни

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

10. Методичне забезпечення

1. Електронний конспект лекцій.
2. Методичні рекомендації для вивчення дисципліни.
4. Навчальна та наукова література, нормативні документи.

ЧАСТИНА 2.
ЗМІСТ СЕМІНАРСЬКИХ / ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЦІНОУТВОРЕННЯ

Тема 1. Економічна сутність ціни

Семінар – розгорнута бесіда

План заняття:

- 1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:*
 1. Поняття і значення ціни
 2. Ціна як елемент ринку. Теорія цінової еластичності
 3. Ціна як складова маркетингового комплексу
 4. Основні функції ціни
 5. Фактори ціноутворення
- 2. Заслуховування доповідей з теорії цін, підготовлених з використанням мультимедійного візуального супроводження, та їх обговорення.*
- 3. Індивідуальне тестування.*

Тема 2. Види цін

Семінар запитань і відповідей

План заняття:

- 1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:*
 1. Система цін і ознаки, покладені в її основу
 2. Класифікація цін за різними ознаками
- 2. Заслуховування доповідей з питань взаємозв'язку між окремими видами цін, підготовлених з використанням мультимедійного візуального супроводження, та їх обговорення.*
- 3. Індивідуальне тестування.*

Тема 3. Ціни в системі методів державного регулювання економіки

Семінар – розгорнута бесіда

План заняття:

- 1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:*

1. Поняття, цілі та способи державної цінової політики України
2. Інфляція і динаміка цін
3. Взаємодія цін з грошовою, податковою і кредитною системами
4. Проблеми і перспективи реформування ціноутворення в Україні

2. Заслуховування доповідей з питань взаємозв'язку між цінами та важелями державного регулювання економіки, підготовлених з використанням мультимедійного візуального супроводження, та їх обговорення.

3. Індивідуальне тестування.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЦІНОУТВОРЕННЯ І ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ

Тема 4. Оптові ціни на продукцію промисловості

Семінар – розгорнута бесіда

План заняття:

1. *Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:*
 1. Сутність, види і порядок формування оптових цін на промислову продукцію
 2. Собівартість – основа формування ціни
 3. Прибуток і рентабельність виробника
 4. Акцизний податок як елемент ціни
 5. Податок на додану вартість
2. *Заслуховування доповідей з питань формування оптових цін у промисловості, підготовлених з використанням мультимедійного візуального супроводження, та їх обговорення.*
3. *Індивідуальне тестування.*

Практичне заняття

План заняття:

1. *Виконання практичних завдань:*

Задача 1. 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 2. Підприємство випускає двигуни для легкових і вантажних автомобілів та традиційно власними силами виробляє усі необхідні для них комплектуючі деталі. В теперішній час підприємство отримало пропозицію від автомобільної фірми на поставку однієї з деталей за ціною 1050 грн. за штуку. Калькуляція власних витрат з виготовлення цієї деталі представлена в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 - Калькуляція витрат на виробництво деталі (грн.)

Види витрат	Розмір витрат, грн. /од.
Прямі матеріальні витрати	180
Прямі витрати на оплату праці	130
Змінні накладні витрати	250
Постійні накладні витрати	370
Разом собівартість одиниці продукції	

Зробіть висновок щодо доцільності придбання даної деталі у фірми. Обґрунтуйте одне з альтернативних рішень.

Задача 3. Виробнича собівартість продукції - 950 грн. Частка адміністративних витрат і витрат на збут у повній собівартості - 4%, рентабельність продукції - 30% до повної собівартості, ставка акцизного податку - 0,4 євро (курс – 28 грн.). Визначити повну собівартість та оптову відпускну ціну продукції при ставці ПДВ 20%.

Задача 4. Оптово-відпускну ціна товару становить 1200 грн., ставка акцизного збору - 35%. Визначити собівартість товару, яка забезпечить виробнику 28% рівень рентабельності. Ставка ПДВ – 20%.

Задача 5. Собівартість виробництва продукції дорівнює 1500 грн., рівень рентабельності продукції - 26%, ПДВ - 20%, ціна оптово-відпускну - 2450 грн. Розрахувати суму акцизного податку у ціні.

Тема 5. Особливості формування цін в окремих сферах товарного обороту

Семінар – розгорнута бесіда

План заняття:

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:

1. Закупівельні ціни
2. Порядок формування оптових цін на продукцію, яка надходить через заготівельні, торгово-посередницькі ланки і підприємства оптової торгівлі
3. Особливості біржового ціноутворення
4. Оптові ціни у зовнішньоторговельному обороті
5. Транспортні вантажні тарифи

2. Заслуховування доповідей з питань формування оптових цін у різних сферах товарного обігу, підготовлених з використанням мультимедійного візуального супроводження, та їх обговорення.

3. Індивідуальне тестування.

Практичне заняття

План заняття:

1. Виконання практичних завдань:

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. Акція в 1000 грн. приносить дохід в розмірі 140 грн. при річній ставці банківського відсотка 20%. Розрахувати курс акції та різницю між номінальною та ринковою цінами. Визначити характер цієї різниці.

Задача 4. Визначити митну вартість та оптово-відпускну митну ціну на непідакцизний товар, якщо:

- контрактна ціна - 5200\$;
- страховий збір – 120 \$;
- вартість фрахту - 76\$;
- курс долара на дату складання митної декларації – 27,8 грн.;
- ставка мита – 25 євро;
- курс євро на дату складання митної декларації – 30 грн.;
- ставка митного збору – 0,15% до митної вартості.

Задача 5. Розрахувати митну вартість одиниці підакцизного імпортного товару та оптово-відпускну митну ціну, якщо контрактна ціна становить 60\$ за одиницю товару, витрати по страхуванню та фрахту - 7\$ на одиницю товару, курс долара на дату складання митної декларації – 26 грн, ставка мита – 5 євро,

ставка митного збору – 15% до митної вартості, ставка акцизного податку – 7%, курс євро – 30 грн.

Задача 6. Розрахувати митну та оптово-відпускну митну ціни на імпорتنу горілку 40 градусної міцності за інформацією таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Вихідна інформація для визначення ціни

Показник	Значення
1. Ціна, вказана в договорі, \$	3,0
2. Страховий збір до митниці, \$	0,3
3. Фрахт, \$	0,2
4. Офіційний курс долара до гривні на дату розмитнення, грн.	27,4
5. Ставка мита, євро за 1 літр 100% спирту	5
6. Ставка митного збору, % до митної вартості	0,25
7. Ставка акцизного збору за 1 літр 100% спирту, грн.	16
8. Курс євро до гривні	33,1

Задача 6. За інформацією таблиці 2.3 розрахувати погодинний тариф за 1 год. роботи автомобіля вантажопідйомністю 3-5тонн.

Таблиця 2.3 – Вихідна інформація для визначення тарифу

Статті калькуляції	Грн.
Годинна тарифна ставка водіїв	47,4
Доплата за розрядність (10%)	
Преміювання водіїв (50% ставки)	
Оплата відпускних, понаднормових, нічних робіт	8,5
Разом оплата труда	
Ставка єдиного соціального внеску (22% до фонду оплати праці)	
Витрати на ремонт та технічне обслуговування	4,6
Амортизаційні відрахування від вартості автомобіля в розрахунку на 1 год.	38,2
Разом собівартість 1-ї години	
Прибуток автогосподарства (20% до собівартості)	
Виробнича ціна 1-ї години	
Збір на будівництво, ремонт та утримання автодоріг (2% до виробничої ціни)	
ПДВ (20% до виробничої ціни з урахуванням зборів)	
Разом тариф за 1 годину	

Тема 6. Роздрібні ціни на товари і послуги

Семінар – розгорнута бесіда

План заняття:

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:

1. Сутність і склад роздрібною ціни
2. Торговельна надбавка як елемент роздрібною ціни
3. Особливості ціноутворення у громадському харчуванні

4. Особливості ціноутворення у комісійній торгівлі
5. Ціноутворення на аукціонах
6. Ціноутворення у посилюючій і телефонній торгівлі товарами і послугами
7. Ціноутворення у системі страхування

2. Заслуховування доповідей з питань формування роздрібних цін, підготовлених з використанням мультимедійного візуального супроводження, та їх обговорення.

3. Індивідуальне тестування.

Практичне заняття

План заняття:

1. Виконання практичних завдань:

Задача 1. Визначити оптову ціну підприємства, роздрібну ціну і структуру роздрібною ціни.

Вихідні дані:

- повна собівартість виробу - 140грн.;
- рівень рентабельності продукції - 20%;
- ставка ПДВ – 20%;
- націнка посередницьких організацій - 50 грн.;
- торговельна надбавка – 15% до відпускної ціни посередника.

Задача 2. 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.

Задача 3. Визначте роздрібну ціну товару, якщо:

- повна собівартість виробництва - 982 грн .;
- рентабельність виробництва - 25% до повної собівартості;
- надбавка посередника - 15% до ціни виробника;
- торговельна надбавка - 24% до оптово-відпускної ціни;
- ставка ПДВ – 20%.

Задача 4. Визначити суму, що підлягає виплаті комітенту, якщо в скупку була здана шкіряна куртка і продана в комісійному магазині з роздрібною вартості 850 грн., комісійний збір - 15%, ставка акцизного збору - 35% до ціни здавача (комітента).

Визначити, яка повинна бути роздрібна ціна куртки, якщо комітент бажає отримати не менше 600 грн., при тих же ставках збору.

Задача 5. За інформацією таблиці 2.4 скласти калькуляцію і визначити продажну ціну фірмової страви (локшина домашня).

Таблиця 2.4 – Норми витрат і середньозважені ціни продуктів

Назва продуктів	Норма витрат на одну порцію, г	Середньозважена роздрібна ціна продукту, грн./кг
Вермішель домашня	24	10,60
Морква	12	6,16
Петрушка	3	60,25
Цибуля ріпчаста	12	8,50
Жир фритюрний	3	9,25
Кури напівфабрикати	64	85,50
Спеції	10	66,96
Сіль	5	7,11

Націнка підприємства громадського харчування – 15%.

Задача 6. 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 7. 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.

Тема 7. Цінова політика підприємства

Семінар – розгорнута бесіда

План заняття:

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:

1. Цінова політика підприємства: сутність, типи, етапи розробки
2. Оцінка зовнішнього середовища і внутрішнього потенціалу підприємства
3. Визначення цілей цінової політики

2. Заслуховування доповідей з питань формування цінової політики, підготовлених з використанням мультимедійного візуального супроводження, та їх обговорення.

3. Індивідуальне тестування.

Тема 8. Методи ціноутворення

Практичне заняття

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:

1. Основні підходи і методи ціноутворення
2. Методики розрахунку базової ціни товару різними методами

2. Індивідуальне тестування.

3. Виконання практичних завдань:

Задача 1. 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 2. 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 3. Визначити, якою повинна бути повна собівартість одиниці продукції, якщо рентабельність її виробництва становить 22%, надбавки збутова і торговельна - відповідно 10 і 15%, а роздрібна ціна одиниці продукції з ПДВ – 280 грн.?

Задача 4. Підприємство N виробляє прокат кольорових металів і реалізує його на ринковому сегменті, де є 2 конкурента: підприємство X і підприємство Y. Конкуренти продають такий прокат за цінами 1029 у.о. (підприємство X) і 1240 у.о. (підприємство Y) за 1 т при значеннях комплексного показника якості – 0,6 (підприємство X) і 0,8 (підприємство Y). Підприємство N прагне на

майбутнє встановити ціну на свою продукцію на рівні 1370 у.о. при якості, оціненій тим же показником – 0,9.

Перевірити обґрунтованість встановлення ціни підприємством N, якщо вона визначає ціни на свою продукцію за методом аналізу технічного рівня виробів конкурентів.

Задача 5. 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 6. 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.

Тема 9. Цінові стратегії підприємства

Семінар – розгорнута бесіда

План заняття:

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:

1. Поняття та типи цінової стратегії підприємства
2. Розробка цінової стратегії
3. Врахування ризику в ціновій стратегії

2. Заслуховування доповідей з питань формування цінової стратегії, підготовлених з використанням мультимедійного візуального супроводження, та їх обговорення.

3. Індивідуальне тестування.

Тема 10. Реалізація і контроль цінової політики підприємства

Семинар – розгорнута бесіда

План заняття:

1. *Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми:*
 1. Диференціація цін
 2. Контроль цінової політики
 3. Моніторинг цін конкурентів
 4. Коригування цінової політики

2. *Заслуховування доповідей з питань реалізації і контролю цінової політики, підготовлених з використанням мультимедійного візуального супроводження, та їх обговорення.*

3. *Індивідуальне тестування.*

**ЧАСТИНА 3.
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ
РОБОТИ СТУДЕНТІВ**

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЦІНОУТВОРЕННЯ

Семінар – розгорнута бесіда. Економічна сутність ціни

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, результати розв'язання задач, презентація доповіді

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Ціна – це:

- A. форма товару або послуги
- B. форма вартості товару або послуги
- C. форма попиту
- D. форма пропозиції

2. Конкретні умови реалізації товарів і ситуація з їхнім продажем, які формуються в певний момент часу, називають:

- A. місткістю ринку
- B. попитом і пропозицією
- C. масштабом цін
- D. кон'юнктурою ринку

3. Коефіцієнт цінової еластичності попиту розраховується відношенням:

- A. кількості проданого товару до ціни на нього
- B. збільшення кількості проданого товару до його ціни
- C. темпу приросту (зниження) кількості проданих товарів до темпу приросту (зниження) ціни у %
- D. темпу приросту (зниження) ціни до темпу приросту (зниження) попиту на товар у %

4. Значення коефіцієнта еластичності попиту за ціною у відношенні конкретного товару читається:

- A. з тим знаком, з яким він розрахований
- B. з протилежним знаком
- C. по модулю
- D. правильна відповідь відсутня

5. Ціна виконує функцію:

- A. грошей

- V. засобу платежу
- C. збалансованості попиту і пропозиції
- D. засобу накопичення

6. Оберіть, яке значення коефіцієнту цінової еластичності свідчить про більш еластичний попит на товар:

- A. -7
- B. +4
- C. -0,99
- D. +0,99

7. До числа факторів, які викликають відхилення цін від вартості, не слід відносити:

- A. середню норму прибутку
- B. співвідношення попиту і пропозиції
- C. рівень конкуренції
- D. ступінь державного втручання в процес ціноутворення

8. До індивідуальних факторів впливу на ціну конкретного товару не слід відносити:

- A. умови поставки товару
- B. стан грошової сфери
- C. моду
- D. розмір товарної партії

9. До факторів ціноутворення, які діють на макрорівні, не слід відносити:

- A. демографічні
- B. конкурентів
- C. соціальні
- D. політичну ситуацію

10. До факторів ціноутворення, які діють на мікрорівні, не слід відносити:

- A. споживачів
- B. постачальників
- C. контактні аудиторії
- D. правове середовище

3. Розв'яжіть задачі.

Задача 1. Еластичність попиту на м'ясо за ціною (-1,2). Якщо ціна м'яса виросла на 7%, на скільки % зміниться попит на м'ясо?

Задача 2. Еластичність попиту за ціною (-0,9). Вихідна ціна – 255 грн. Ціна в абсолютному виразі зросла на 10 грн., на скільки при цьому зміниться попит?

Задача 3. Власник крупного торговельно-розважального комплексу з відеосалоном на 200 місць дав доручення менеджеру представити обґрунтування: чи доцільно змінити ціну на квитки, щоб максимізувати дохід? Діюча середня ціна за квиток встановлена у розмірі 80 грн. при середній наповненості залу в 75%. Менеджер провів наступне дослідження:

При ціні 60-80 грн., $E = -0,5$;

При ціні 80-100 грн., $E = -1,2$;

При ціні 100-120 грн., $E = -2,0$.

Визначити дохід від реалізації квитків за один сеанс при ціні 80; 100; 120 грн. Який варіант ви запропонуєте власнику кінозали?

Задача 4. Розрахувати коефіцієнт еластичності попиту за ціною за інформацією таблиці 3.1. Спрогнозуйте попит на товар у липні.

Таблиця 3.1 – Індивідуальні варіанти для розрахунків

Показник	Номер варіанту														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Ціна на товар у травні, грн.	40	45	44	56	38	68	27	83	28	59	18	28	25	63	50
Обсяг реалізації товару в травні, т	12	10	37	74	26	84	63	57	37	26	83	63	46	47	54
Ціна на товар у червні, грн.	15	18	40	37	20	50	16	64	20	38	15	20	20	59	44
Обсяг реалізації товару в червні, т	40	47	44	90	39	100	76	68	45	38	99	75	56	58	62
Очікувана ціна на товар у липні, грн.	20	22	48	47	30	58	22	69	27	41	27	34	38	69	69

Задача 5. На ринку склався коефіцієнт цінової еластичності попиту на товар 1,1. Як може змінитись обсяг реалізації при прогнозованому підвищенні ціни на 15%? Якщо при незмінному підвищенні ціни попит знизиться на 10%, яким буде величина коефіцієнта цінової еластичності попиту?

Задача 6. Еластичність попиту населення на даний товар за ціною становить $(-0,2)$, а за доходом – $(+0,7)$. В наступному періоді дохід населення підвищиться на 10%, а ціна товару знизиться на 5%. Як зміниться обсяг попиту на аналізований товар?

Задача 7. Якщо коефіцієнт цінової еластичності попиту на товар 1,3 і очікується зниження ціни на 7%, яким може бути прогноз зміни попиту? Але якщо при такому зниженні ціни попит збільшиться на 2%, яким буде коефіцієнт цінової еластичності?

4. Підготуйтеся до презентації доповідей, використовуючи мультимедійне візуальне супроводження, за темами:

1) Сучасна оцінка дієвості функцій ціни.

2) Аналіз сучасних факторів ціноутворення на вітчизняному ринку.

Література:

1. Ціноутворення і цінова політика : курс лекцій / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підпр. і торгівлі ; С.В. Волошина. – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2017. – 74 с.
2. Агєєв Є.Я. Ціноутворення: теорія та практика: навч. посіб. / Є.Я. Агєєв, Т.В. Шахматова, С.В. Піча. — Львів: Новий Світ-2000, 2012. — 374 с.
3. Верхоглядова Н.І. Основи ціноутворення: навч. посіб. / Верхоглядова Н.І., Ільїна С.Б., Іваннікова Н.А. та ін. – К.: Кондор, 2006.– 252 с.
4. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навч. посіб. / О. Є. Мазур. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 480 с.
5. Трацевский И.П. Ценообразование: учеб.пособ. / И.П. Трацевский, И.Н. Грекова. – Мн.: Новое знание, 2000. – 159 с.
6. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / Л.О. Шкварчук. – 2-е вид., випр. – К. : Кондор, 2004. – 214 с.
7. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – Донецьк: ДонДУЕТ ів. М.І.Туган-Барановського, 2003. - 156 с.

Семінар запитань і відповідей. Види цін

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
2. Розв'яжіть тестові завдання.

1. В залежності від регіону реалізації не виділяють ціни:

- А. єдині
- В. поясні
- С. регіональні
- Д. фактурні

2. В залежності від ступеня самостійності фірми в питаннях ціноутворення виділяють наступні ціни:

- А. єдині, регіональні, зональні, поясні
- В. регульовані, фіксовані, договірні, вільні
- С. оптові, роздрібні
- Д. поточні, порівняльні

3. За ступенем урахування в цінах витрат і прибутку виділяють наступні ціни:

- A. єдині, регіональні, зональні, поясні
- B. регульовані, фіксовані, договірні, вільні
- C. оптові ціни виробника, оптово-відпускні, роздрібні
- D. поточні, порівняльні

4. Рівновісна ціна – це:

- A. ціна вище тої, яка створює надлишковий попит
- B. ціна, при якій немає ні дефіциту, ні надлишку
- C. A і B
- D. ціна, яка встановлюється урядом

5. Ціна попиту – це:

- A. мінімальна ціна, яку покупці згодні заплатити за даний товар
- B. максимальна ціна, яку покупці згодні заплатити за даний товар
- C. максимальна ціна, за якою виробники реалізують товар на ринку
- D. ціна, за якою відбувається угода

6. Хто остаточно повинен встановлювати конкурентний рівень вільних цін на товар:

- A. ваш конкурент
- B. регіональна рада з цін
- C. гнучкий механізм державного регулювання
- D. власник з урахуванням попиту і пропозиції

7. В залежності від сфери економічного обороту, яку обслуговують ціни, не слід виділяти:

- A. закупівельні ціни
- B. роздрібні ціни
- C. ціни експортно-імпортних угод
- D. разові ціни

8. В залежності від сфери товарного обороту, яку обслуговують ціни, не слід виділяти:

- A. оптові ціни на продукцію промисловості
- B. тарифи вантажного транспорту
- C. місцеві тарифи
- D. тарифи на платні послуги населенню

9. Різновидом вільних цін не виступають:

- A. ціни каталогу (проспекту)
- B. ціни нетто
- C. демпінгові ціни

D. договірні ціни

10. В залежності від врахування в ціні транспортних витрат, не слід виділяти:

- A. ціна франко-покупця
- B. ціна франко-станція відправлення
- C. ціна франко-склад покупця
- D. ціна франко-вагон-станція призначення

3. Підготуйтеся до презентації доповідей, використовуючи мультимедійне візуальне супроводження, за темами:

- 1) Порівняльна характеристика цін за сферами економічного обороту.
- 2) Взаємозв'язок між цінами в залежності від регіону реалізації.
- 3) Порівняльна характеристика цін за умовами контрактів купівлі-продажу.

Література:

1. Ціноутворення і цінова політика : курс лекцій / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підпр. і торгівлі ; С.В. Волошина. – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2017. – 74 с.
2. Агєєв Є.Я. Ціноутворення: теорія та практика: навч. посіб. / Є.Я. Агєєв, Т.В. Шахматова, С.В. Піча. — Львів: Новий Світ-2000, 2012. — 374 с.
3. Верхоглядова Н.І. Основи ціноутворення: навч. посіб. / Верхоглядова Н.І., Ільїна С.Б., Іваннікова Н.А. та ін. – К.: Кондор, 2006.– 252 с.
4. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навч. посіб. / О. Є. Мазур. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 480 с.
5. Трацевский И.П. Ценообразование: учеб.пособ. / И.П. Трацевский, И.Н. Грекова. – Мн.: Новое знание, 2000. – 159 с.
6. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / Л.О. Шкварчук. – 2-е вид., випр. – К. : Кондор, 2004. – 214 с.
7. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – Донецьк: ДонДУЕТ ів. М.І.Туган-Барановського, 2003. - 156 с.

Семинар – розгорнута бесіда. Ціни в системі методів державного регулювання економіки

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, результати розв'язання задач, презентація доповіді

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
2. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Інфляція – це:

- A. емісія грошей
- B. деномінація
- C. підвищення загального рівня цін
- D. лібералізація цін

2. Якщо на ринку існує надлишковий попит (дефіцит) на товар, то причиною цього є те, що:

- A. ціна на товар перевищує рівноважну ціну
- B. ціна на товар нижче рівноважної ціни
- C. товар є низькоякісний;
- D. обсяг пропозиції перевищує обсяг попиту.

3. Зазвичай надлишок пропозиції товару:

- A. викликає підвищення ціни
- B. викликає зниження ціни
- C. не впливає на ціну
- D. стимулює покупців купувати товар

4. Сутність лібералізації цін полягає в:

- A. посиленні державного регулювання цін
- B. введенні більшої частки дотацій в ціні
- C. поступовому переходу до вільного ціноутворення
- D. бюрократичній координації цін

5. Зниження витрат на виробництво і реалізацію товарів при збереженні маси грошей в обороті в умовах економічного зростання означає:

- A. зростання цін
- B. зниження цін
- C. незмінність цін
- D. поведінку цін на ринку неможливо визначити

6. Якщо витрати на виробництво і реалізацію зростають при незмінному випуску кількості товарів і незмінній масі грошей в обороті, то ціни на товари:

- A. знизяться
- B. зростуть
- C. залишаться без змін
- D. відсутні дані для визначення

7. До прямого методу державного регулювання цін відноситься:

- A. декларування необхідності зміни цін
- B. встановлення ПДВ
- C. встановлення акцизного збору

D. правильна відповідь відсутня

8. Вільне ринкове ціноутворення неможливе, якщо:

- A. виробники і покупці вільно зустрічаються на ринку
- B. панують монополії
- C. державне регулювання економіки носить антимонопольний характер
- D. розвинута конкуренція виробників і покупців

9. В єдиній системі цін провідну роль відіграють:

- A. ціни на продукцію базових галузей промисловості
- B. ціни на автомобілі
- C. ціни пропозицій ресторанного господарства
- D. ціни громадського харчування

10. До органів, які беруть участь в процесі ціноутворення в Україні, не слід відносити:

- A. Верховну Раду України
- B. Міністерство економічного розвитку України
- C. Конституція України
- D. відділи (сектори) цін підприємств як суб'єктів ринкових відносин

3. Розв'яжіть задачі.

Задача 1. Очікується підвищення ціни на товар в січні з 350 грн. до 480 грн., що призведе до зниження реалізації з 370 штук виробів до 290 штук. Розрахувати індивідуальний індекс цін та товарооборот даного товару в порівнянних цінах.

Задача 2. Середня роздрібна ціна товару в січні становила 200 грн. Середньомісячний темп інфляції в першому кварталі становив 12%. Якою має бути прогнозна ціна за одиницю товару в травні, якщо в другому кварталі середньомісячний темп інфляції очікується 4,5%?

Задача 3. Товарооборот підприємства за перші 3 місяці склав 195 тис. грн., а за перше півріччя – 580 тис. грн. Середньомісячний індекс цін в 2-му кварталі склав 1,09. Розрахувати товарооборот у другому кварталі в цінах першого кварталу.

Задача 4. Розрахувати агрегатний індекс цін, що склався на ринку у 2017 р., якщо середня ціна на хліб у 2016 р. становила 7,5 грн, підвищившись у 2017 р. до 7,9 грн., середня ціна 1 л молока питного становила 15,5 грн. та 16,3 грн. відповідно у 2016 р. та 2017 р., середня ціна олії соняшnikової за 1л становила 26,7 грн. та 27,5 грн. відповідно у 2016 р. та 2017 р. Обсяг реалізації товарів у 2017 р. склав: хлібу - 9,5 млн. шт., молока - 3,8 млн. л, олії соняшnikової - 2,1 млн. л. Визначити зміну купівельної спроможності грошової одиниці.

Задача 5. Аналіз ринку, проведений фірмою виробником товару, показав, що за ціною товару 105 грн./шт. рівень попиту становитиме 120 тис. шт. Визначити масу грошових коштів, що виділяються споживачами на задоволення їх потреб у товарі. Чи доцільно підвищити ціну на 4%, якщо собівартість продукції становить 95 грн./шт.?

Задача 6. Проведення аналізу реалізації товару за регіонами показав, що можливо виділити 3 основні групи ринків, які наведені у таблиці 3.2.

Визначити діючу систему цін на даний вид товару.

Задача 7. Маючи параметри ринку, знайти індекс зміни цін. В базовому періоді маса грошових коштів, що виділяються споживачами на задоволення їх потреб у товарі становила 5,8 млн. грн. при обсязі попиту 441,4 тис. шт. У звітному періоді обсяг попиту становив 467,93 тис. шт. при зростанні маси грошових коштів на 6,9%.

4. Підготуйтеся до презентації доповідей, використовуючи мультимедійне візуальне супроводження, за темами:

- 1) Оцінка взаємозв'язку між інфляцією і динамікою цін в Україні.
- 2) Аналіз взаємодії цін з грошовою системою України.
- 3) Аналіз взаємодії цін з податковою системою України.
- 4) Аналіз взаємодії цін з кредитною системою України.

Література:

1. Ціноутворення і цінова політика : курс лекцій / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підпр. і торгівлі ; С.В. Волошина. – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2017. – 74 с.
2. Агєєв Є.Я. Ціноутворення: теорія та практика: навч. посіб. / Є.Я. Агєєв, Т.В. Шахматова, С.В. Піча. – Львів: Новий Світ-2000, 2012. – 374 с.
3. Верхоглядова Н.І. Основи ціноутворення: навч. посіб. / Верхоглядова Н.І., Ільїна С.Б., Іваннікова Н.А. та ін. – К.: Кондор, 2006.– 252 с.
4. Закон України „Про ціни і ціноутворення” від 03.12.1990 р. №507-ХІІ [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://rada.gov.ua>
5. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навч. посіб. / О. Є. Мазур. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 480 с.
6. Трацевский И.П. Ценообразование: учеб.пособ. / И.П. Трацевский, И.Н. Грекова. – Мн.: Новое знание, 2000. – 159 с.
7. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / Л.О. Шкварчук. – 2-е вид., випр. – К. : Кондор, 2004. – 214 с.
8. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – Донецьк: ДонДУЕТ ів. М.І.Туган-Барановського, 2003. - 156 с.
9. Длігач А.О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика: навч. посіб. / А.О. Длігач – К.: ВД “Професіонал”, 2006. – 304 с.
10. Пунин Е.М. Маркетинг, менеджмент, ценообразование на предприятии / Е.М. Пунин. – М. : Международные отношения, 2007. – 661 с.

Таблиця 3.2 – Індивідуальні варіанти для розрахунків

Показник	Номер варіанту														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Група 1:															
запропонована для реалізації кількість товару, тис. шт.	64	68	72	76	80	84	88	92	96	100	104	108	112	116	120
маса грошових коштів, яку споживачі виділяють для задоволення своїх потреб у товарі, тис. грн.	3000	3100	3200	3300	3400	3500	3600	3700	3800	3900	4000	4100	4200	4300	4400
Група 2:															
запропонована для реалізації кількість товару, тис. шт.	98	102	106	110	114	118	122	126	130	134	138	142	146	150	154
маса грошових коштів, яку споживачі виділяють для задоволення своїх потреб у товарі, тис. грн.	4210	4300	4400	4500	4600	4700	4800	4900	5000	5100	5200	5300	5400	5500	5600
Група 3:															
запропонована для реалізації кількість товару, тис. шт.	125	130	135	140	145	150	155	160	165	170	175	180	185	190	195
маса грошових коштів, яку споживачі виділяють для задоволення своїх потреб у товарі, тис. грн.	5125	5200	5300	5400	5500	5600	5700	5800	5900	6000	6100	6200	6300	6400	6500

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЦІНОУТВОРЕННЯ І ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ

Семінар – розгорнута бесіда. Оптові ціни на продукцію промисловості

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Повна собівартість продукції – це:

- A. вартість товару
- B. сукупність поточних витрат на виробництво продукції у грошовій формі
- C. сукупність поточних витрат на виробництво і реалізацію продукції у грошовій формі
- D. сукупність матеріальних, загальновиробничих витрат і витрат на оплату праці

2. У ринкових умовах собівартість визначає:

- A. мінімальну ціну продукції
- B. максимальну ціну продукції
- C. середній рівень ціни продукції
- D. правильна відповідь відсутня

3. При вільному ціноутворенні прибуток виробника визначається за формулою:

- A. $\Pi = Ц_{вир} - N_p$
- B. $\Pi = Ц_{вир} - C_c$
- C. $\Pi = (C_c * 100) / N_p$
- D. $\Pi = C_c - Ц_{вир}$

4. Який із зазначених елементів не входить до складу собівартості:

- A. матеріальні витрати
- B. витрати на оплату праці
- C. прибуток
- D. амортизаційні відрахування

5. Які елементи ціни не включає оптова ціна виробника:

- A. виробнича собівартість
- B. прибуток виробника
- C. ПДВ

D. правильна відповідь відсутня

6. Які із перерахованих елементів ціни не включаються до оптово-відпускної ціни промисловості на підакцизні товари:

- A. постачальницько-збутова надбавка
- B. прибуток виробника
- C. ПДВ
- D. акцизний податок

7. Який із елементів не включається до оптово-відпускної ціни безакцизного товару:

- A. виробнича собівартість
- B. прибуток виробничого підприємства
- C. ПДВ
- D. торговельна надбавка

8. Якщо прибуток у ціні конкретного товару обмежується державою, то нормативний рівень рентабельності встановлюється у % до:

- A. покупної ціни
- B. виробничої собівартості
- C. заробітної плати
- D. ціни виробника

9. Якщо підвищується собівартість виробництва, а рівень рентабельності залишається незмінним, то сума прибутку, яка включається у ціну:

- A. зменшиться
- B. залишиться незмінною
- C. збільшиться
- D. неможливо встановити

10. Для розрахунку ПДВ в ціні підакцизного товару використовується формула

A.
$$\text{ПДВ} = \frac{(\text{Цвир} + \text{АП}) * \text{Nпдв}}{100 - \text{ПДВ}}$$

B.
$$\text{ПДВ} = \frac{\text{Цвир} * \text{Nпдв}}{\text{Цвир} * \text{Nпдв}} * 100$$

C.
$$\text{ПДВ} = \frac{\text{Цвир} * \text{Nпдв}}{100 - \text{ПДВ}}$$

D.
$$\text{ПДВ} = \frac{(\text{Цвир} + \text{АС}) * \text{Nпдв}}{100}$$

3. Підготуйтеся до презентації доповідей, використовуючи мультимедійне візуальне супроводження, за темами:

- 1) Аналіз оптових цін на продукцію галузей промисловості.
- 2) Роль акцизного податку у формуванні цін на продукцію.
- 3) Роль податку на додану вартість у формуванні цін на продукцію.

Література:

1. Ціноутворення і цінова політика : курс лекцій / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підпр. і торгівлі ; С.В. Волошина. – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2017. – 74 с.
2. Агеєв Є.Я. Ціноутворення: теорія та практика: навч. посіб. / Є.Я. Агеєв, Т.В. Шахматова, С.В. Піча. — Львів: Новий Світ-2000, 2012. — 374 с.
3. Верхоглядова Н.І. Основи ціноутворення: навч. посіб. / Верхоглядова Н.І., Ільїна С.Б., Іваннікова Н.А. та ін. – К.: Кондор, 2006.– 252 с.
4. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навч. посіб. / О. Є. Мазур. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 480 с.
5. Трацевский И.П. Ценообразование: учеб.пособ. / И.П. Трацевский, И.Н. Грекова. – Мн.: Новое знание, 2000. – 159 с.
6. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / Л.О. Шкварчук. – 2-е вид., випр. – К. : Кондор, 2004. – 214 с.
7. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – Донецьк: ДонДУЕТ ів. М.І.Туган-Барановського, 2003. - 156 с.

Практичне заняття. Оптові ціни на продукцію промисловості

Форми контролю: перевірка результатів домашнього розв'язання задач

Завдання для самостійної роботи:

1. Розв'яжіть задачі.

Задача 1. Визначити кількість виготовленої на підприємстві продукції, якщо виручка від її реалізації з урахуванням ПДВ становила 141,45 млн. грн., витрати на виробництво одиниці продукції – 2000 грн., адміністративні витрати і витрати на збут – 2,5% витрат на виробництво, а рентабельність продукції – 15%. Ставка ПДВ – 20%.

Задача 2. Визначити оптово-відпускні ціни на товар до і після дорожчання сировини і підвищення мінімальної заробітної плати, якщо:

- до підвищення витрат повна собівартість одиниці товару становила 3150 грн., рівень рентабельності продукції досяг 32%;
- після підвищення витрат на виробництво повна собівартість зросла в 1,4 рази, а ціна виробника лише на 25%.

Встановіть, як змінився рівень рентабельності виробництва товару. Товар обкладається акцизним податком за ставкою 2,5 євро (курс – 30 грн.).

Література:

1. Волошина С.В. Комплексний тренінг з економіки підприємства: навч. посіб. / С.В. Волошина, О.В. Пиріжок, О.А. Ніколайчук та ін.; за заг. ред. С.В. Волошиної. – Сімферополь: ДІАЙП, 2012. - 299 с.

2. Бакунов О.О. Ціноутворення та цінова політика. Практикум для студентів економічних спеціальностей відповідно вимогам ECST / О.О. Бакунов, С.М. Баранцева, У.С. Расулова. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – 117 с.

Семінар – розгорнута бесіда. Особливості формування цін в окремих сферах товарного обороту

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Закупівельні ціни – це ціни, за якими:

- A. купляють будь-який товар
- B. закупають товари за кордоном
- C. закупають сільськогосподарські товари і переважно сировинну продукцію за державними контрактами (замовленнями) і на основі вільних договорів
- D. гарантується оплата продукції, виконання робіт

2. Дотація ціни - це:

- A. встановлення конкретної дати поставки товару по даній ціні
- B. фіксування ціни на певний період часу
- C. покриття різниці між закупівельними та обліковими цінами з держбюджету
- D. узгодження базису-поставки

3. Оптова ціна на товар, який реалізується посередницькими ланками, на відміну від оптово-відпускної ціни промисловості додатково включає наступний елемент:

- A. ПДВ
- B. АП
- C. посередницько-збутову надбавку
- D. прибуток посередника

4. Котирування (котировка) цін – це:

- A. їхня постійна зміна
- B. визначення цін під впливом попиту і пропозиції на біржових торгах
- C. теж, що і моделювання цін
- D. теж, що і калькулювання цін

5. Біржовий гравець («ведмідь») грає на:

- A. пониження цін
- B. підвищення цін
- C. будь-якій різниці цін
- D. в реєстраційній палаті

6. Ціна, яка об'єктивно відображає вартість товару з урахуванням середньосвітових витрат виробництва і норми прибутку, це:

- A. ціна пропозиції
- B. офсетна ціна
- C. світова ціна
- D. преїскурантна ціна

7. Демпінгові ціни – це:

- A. ціни міжнародних операцій, які є значно вищими за світові ринкові ціни
- B. ціни, які затверджені ООН
- C. ціни міжнародних операцій, які є значно нижчими за світові ринкові ціни
- D. догматичні ціни

8. При реалізації сільськогосподарської продукції через біржу застосовується біржовий механізм встановлення цін, який називається:

- A. котируванням цін
- B. регулюванням цін
- C. калькулюванням цін
- D. бір жуванням цін.

9. Оптово-відпускна ціна на імпортований товар без акцизного збору розраховується за формулою:

- A. $C_{oo} = C_{митна} + Мито + Митний\ збір$
- B. $C_{oo} = C_{митна} + Мито + Митний\ збір + ПДВ$
- C. $C_{oo} = C_{митна} + Мито + Митний\ збір + Нторг$
- D. $C_{oo} = C_{митна} + Мито + Митний\ збір + ПДВ + Нторг$

10. Нетто-ставка у складі страхового тарифу представляє собою:

- A. навантаження
- B. страховий захист
- C. призначена для створення доходу виплат страхівнику
- D. компенсує поточні витрати страхівника

3. Підготуйтеся до презентації доповідей, використовуючи мультимедійне візуальне супроводження, за темами:

- 1) Особливості ціноутворення в окремих галузях національної економіки.
- 2) Особливості формування цін в окремих сферах товарного обороту.
- 3) Характеристика особливостей біржового ціноутворення.
- 4) Аналіз оптових цін у зовнішньоторговельному обороті України.

Література:

1. Ціноутворення і цінова політика : курс лекцій / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підпр. і торгівлі ; С.В. Волошина. – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2017. – 74 с.
2. Агеев Є.Я. Ціноутворення: теорія та практика: навч. посіб. / Є.Я. Агеев, Т.В. Шахматова, С.В. Піча. — Львів: Новий Світ-2000, 2012. — 374 с.
3. Верхоглядова Н.І. Основи ціноутворення: навч. посіб. / Верхоглядова Н.І., Ільїна С.Б., Іваннікова Н.А. та ін. – К.: Кондор, 2006.– 252 с.
4. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навч. посіб. / О. Є. Мазур. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 480 с.
5. Пінішко В.С. Ціно- і тарифотворення: навч. посіб. / В.С. Пінішко. – Львів: Магнолія -2006, 2008. – 303 с.
6. Салимжанова И.К. Цены и ценообразование: учеб. / И.К. Салимжанова. – М.: Финстатинформбюро, 2001. – 304 с.
7. Трацевский И.П. Ценообразование: учеб.пособ. / И.П. Трацевский, И.Н. Грекова. – Мн.: Новое знание, 2000. – 159 с.
8. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / Л.О. Шкварчук. – 2-е вид., випр. – К. : Кондор, 2004. – 214 с.
9. Бакунов О.О. Маркетингове ціноутворення: навч. посіб. / О.О. Бакунов, С.М. Баранцева, О.Ю. Гаркуша. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2014. – 308 с.
10. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – Донецьк: ДонДУЕТ ів. М.І.Туган-Барановського, 2003. - 156 с.

Практичне заняття. Особливості формування цін в окремих сферах товарного обороту

Форми контролю: перевірка результатів домашнього розв'язання задач

Завдання для самостійної роботи:

1. Розв'яжіть задачі.

Задача 1. Розрахувати виробничу собівартість, прибуток та рентабельність виготовлення м'яса яловичини, якщо відомо, що:

- закупівельна ціна 100 кг великої рогатої худоби - 4070 грн.;
- надбавка заготівельної ланки – 15% до закупівельної ціни;

- вартість реалізованих покупних відходів при переробці 100 кг худоби в м'ясо – 394 грн.;
- вихід м'яса з худоби – 57%;
- витрати по переробці худоби на м'ясо без ПДВ в розрахунку на 100 кг м'яса 405 грн.;
- торговельна надбавка на реалізацію м'яса – 20% до закупівельної ціни м'яса;
- роздрібна ціна 1 кг м'яса – 130 грн.

Задача 2. Розрахувати надбавку посередника та суму ПДВ, яку сплачує посередник за реалізацію шоколаду за умови, що собівартість виробництва 1 кг шоколаду 110,8 грн., рентабельність виробництва 30% до собівартості. Відпускна (продажна) ціна посередника 200 грн.

Задача 3. Підприємство випустило 10%-ві облигації номінальною вартістю 1000 грн. Середній банківський процент за депозитами склав у базовому році 22%, у плановому – 19%. Визначити курс облигації в базовому та плановому роках.

Задача 4. Розрахувати відрядний тариф перевезення рефрижератором вантажопідйомністю 20 тонн, якщо відомо: собівартість перевезення 1 т виходячи з нульового пробігу 150 грн. для автомобілів 2 класу, відстань перевезення 320 км, плата за 1 км пробігу при загальній відстані перевезення від 250 км до 500 км складає 77 грн. Автопідприємство здійснює експедиційні послуги, плата за які диференційована залежно від цінності вантажу і становить 98 грн. за одну тону. Надбавка за спеціальний охолоджуваний транспорт становить 40% до собівартості перевезень без урахування оплати експедиційних послуг. Автопідприємство планує середній рівень рентабельності 25% до собівартості перевезень без урахування експедиційних послуг. Автопідприємство платить податок на утримання доріг - 2% від ціни виробника.

Література:

1. Волошина С.В. Комплексний тренінг з економіки підприємства: навч. посіб. / С.В. Волошина, О.В. Пиріжок, О.А. Ніколайчук та ін.; за заг. ред. С.В. Волошиної. – Сімферополь: ДІАЙП, 2012. - 299 с.
2. Бакунов О.О. Ціноутворення та цінова політика. Практикум для студентів економічних спеціальностей відповідно вимогам ECST / О.О. Бакунов, С.М. Баранцева, У.С. Расулова. –Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – 117 с.

Семинар – розгорнута бесіда. Роздрібні ціни на товари і послуги

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Яке із визначень не характеризує роздрібну ціну:

- A. це ціна, за якою товар переходить із сфери обігу у сферу споживання
- B. це ціна, якою завершується процес ціноутворення
- C. це ціна, за якою товар продається населенню
- D. це ціна, за якою товар продається великими партіями для подальшого перепродажу

2. Через систему роздрібних цін номінальні доходи населення в грошовій формі перетворюються в доходи:

- A. валові
- B. балансові
- C. реальні
- D. непрямі

3. Якщо роздрібні ціни зростають більш високими темпами, ніж грошові доходи населення, то рівень реальних доходів:

- A. зростає
- B. знижується
- C. залишається без змін
- D. неможливо визначити

4. При формуванні рівня торговельної надбавки на конкретний товар, власник роздрібного підприємства перш за все орієнтується на:

- A. суспільну думку
- B. витрати обороту, рівень попиту і цільовий прибуток
- C. середній рівень торговельної надбавки на інші товари
- D. думку податкової адміністрації

5. Роздрібні ціни на товари застосовуються:

- A. у виробництві
- B. на місцевому базарі
- C. на товарній біржі
- D. в оптовому підприємстві

6. Якщо місцеві ціноутворюючі органи регламентують рівень торговельної надбавки, то вона встановлюється у % до:

- A. ціни виробника
- B. до оптово-відпускної ціни
- C. до собівартості
- D. до роздрібною ціни

7. Вільну роздрібною ціну встановлює:

- A. держава
- B. торговельне підприємство
- C. покупець
- D. держава і виробник

8. Торговельна надбавка призначена для:

- A. сплати ПДВ
- B. для покриття витрат виробника
- C. покриття витрат торговельного підприємства
- D. покриття витрат торговельного підприємства, забезпечення йому прибутку і сплати ПДВ

9. Ціна, за якою магазин купує товари, не включає:

- A. акцизний податок
- B. ПДВ
- C. постачальницько-збутову надбавку
- D. торговельну надбавку

10. Основним резервом для зниження цін за рахунок зниження торговельних надбавок є:

- A. зниження якості обслуговування покупців
- B. зниження витрат на реалізацію товарів
- C. підвищення продуктивності праці
- D. підвищення заробітної плати робітників

3. Підготуйтеся до презентації доповідей, використовуючи мультимедійне візуальне супроводження, за темами:

- 1) Порівняльний аналіз роздрібних цін в Україні і світі.
- 2) Оцінка результатів експерименту щодо скасування в Україні державного регулювання роздрібних цін на продукти.

Література:

1. Ціноутворення і цінова політика : курс лекцій / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підпр. і торгівлі ; С.В. Волошина. – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2017. – 74 с.

2. Агеєв Є.Я. Ціноутворення: теорія та практика: навч. посіб. / Є.Я. Агеєв, Т.В. Шахматова, С.В. Піча. — Львів: Новий Світ-2000, 2012. — 374 с.
3. Верхоглядова Н.І. Основи ціноутворення: навч. посіб. / Верхоглядова Н.І., Ільїна С.Б., Іваннікова Н.А. та ін. — К.: Кондор, 2006.— 252 с.
4. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навч. посіб. / О. Є. Мазур. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 480 с.
5. Трацевский И.П. Ценообразование: учеб.пособ. / И.П. Трацевский, И.Н. Грекова. — Мн.: Новое знание, 2000. — 159 с.
6. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / Л.О. Шкварчук. — 2-е вид., випр. — К. : Кондор, 2004. — 214 с.
7. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. — Донецьк: ДонДУЕТ ів. М.І.Туган-Барановського, 2003. - 156 с.

Практичне заняття. Роздрібні ціни на товари і послуги

Форми контролю: перевірка результатів домашнього розв'язання задач

Завдання для самостійної роботи:

1. Розв'яжіть задачі.

Задача 1. Роздрібна ціна виробу - 450 грн., торговельна надбавка - 23% до ціни посередника, а надбавка посередника - 5% до оптово-відпускної ціни, ставка акцизного збору - 35%, ставка ПДВ – 20%. Визначити рентабельність виробництва даного виробу, якщо його собівартість становить 120 грн.

Задача 2. Розрахувати середньозважену роздрібну ціну 1кг яловичини для підприємства громадського харчування, якщо відомо, що загальне надходження яловичини 1-ї категорії склало 2830 кг за ціною 60,8 грн.; 2-ї категорії - 1100 кг за ціною 45,5 грн.

Література:

1. Волошина С.В. Комплексний тренінг з економіки підприємства: навч. посіб. / С.В. Волошина, О.В. Пиріжок, О.А. Ніколайчук та ін.; за заг. ред. С.В. Волошиної. — Сімферополь: ДІАЙП, 2012. - 299 с.
2. Бакунов О.О. Ціноутворення та цінова політика. Практикум для студентів економічних спеціальностей відповідно вимогам ECST / О.О. Бакунов, С.М. Баранцева, У.С. Расулова. —Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. — 117 с.

Семинар – розгорнута бесіда. Цінова політика підприємства

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Цінова політика – це:

- A. процес встановлення ціни на конкретний товар
- B. визначення рівня цін і можливих варіантів їх зміни в залежності від цілей і завдань, які вирішує підприємство в короткостроковому періоді і в перспективі
- C. вибір підприємством можливої динаміки зміни вихідної ціни товару в умовах ринку, яка найкращим чином відповідає цілям підприємства
- D. процес створення преїскурантів цін і тарифів на товари і послуги

2. Процес розробки цінової політики доцільно починати з:

- A. постановки задач ціноутворення
- B. виявлення зовнішніх факторів, які впливають на ціни
- C. виявлення внутрішніх резервів
- D. виявлення умов страхування цін

3. До цілей цінової політики не відносять цілі, які забезпечують:

- A. виживання фірми
- B. завоювання лідерства за ціною товару
- C. максимальне зростання збуту
- D. мінімізацію витрат на рекламу

4. При ціновій політиці «атака» реалізація товарів здійснюється за:

- A. низькими цінами
- B. високими цінами
- C. середніми цінами
- D. цінами конкурентів

5. Якій ціновій політиці відповідає ціна, якщо вона встановлюється нижче, ніж у конкурентів, на певний час:

- A. зняття вершків
- B. цінового лідера
- C. слідування в фарватері
- D. впровадження на ринок

6. Підприємство, яке закріпило за собою репутацію виробника якісної продукції, встановлює:

- A. високу ціну, щоб покрити високі витрати на підвищення якості і необхідні для цього науково-дослідні розробки
- B. низьку ціну, щоб завоювати як можна більшу частку ринку

- C. домінуючу ціну, щоб не втратити завойовані ринкові позиції
- D. поточну ціну на даний товар, оскільки покупці звикли до цієї ціни

7. Якій ціновій політиці відповідає ціна, яка встановлюється на товари і продукти фірми з традицією високої якості:

- A. зняття вершків
- B. цінового лідера
- C. слідування в фарватері
- D. впровадження на ринок

8. Якій ціновій політиці відповідає ціна, яка встановлюється у відповідності з ціною підприємства, яке займає найбільшу ринкову частку:

- A. зняття вершків
- B. цінового лідера
- C. слідування в фарватері
- D. впровадження на ринок

9. До факторів ціноутворення не слід відносити:

- A. витрати виробництва
- B. попит і пропозиція
- C. інфляція
- D. вірна відповідь відсутня

10. Визначення та обґрунтування цілей ціноутворення, вибір методу ціноутворення, розробка цінової стратегії, пристосування цін до ринкових умов, це:

- A. види цінової стратегії підприємства
- B. методи ведення цінової політики
- C. етапи розробки загальної цінової політики
- D. рішення щодо реалізації цінової стратегії

3. Підготуйтеся до презентації доповідей, використовуючи мультимедійне візуальне супроводження, за темами:

- 1) Сучасна проблематика формування цінової політики вітчизняних підприємств.
- 2) Порівняльна характеристика умов застосування різних методів ціноутворення.

Література:

1. Ціноутворення і цінова політика : курс лекцій / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підпр. і торгівлі ; С.В. Волошина. – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2017. – 74 с.

2. Корієв В.Л. Цінова політика підприємства: монографія / В.Л. Корієв. - К.: КНЕУ, 2001. - 257 с.

3. Кузин Б. Методы и модели управления фирмой / Б. Кузин, В. Юрьев, Г. Шагдинаров. – СПб. : Питер, 2001. – 432 с.

4. Волошина С.В. Комплексний тренінг з економіки підприємства: навч. посіб. / С.В. Волошина, О.В. Пиріжок, О.А. Ніколайчук та ін.; за заг. ред. С.В. Волошиної. – Сімферополь: ДІАЙП, 2012. - 299 с.

Практичне заняття. Методи ціноутворення

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, перевірка результатів домашнього розв'язання задач

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на практичному занятті.

2. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Для розрахунку ціни на унікальний, потрібний ринку товар, доцільно використовувати

- A. метод «собівартість плюс прибуток»
- B. параметричний метод
- C. метод цільового прибутку
- D. метод аналізу коефіцієнта еластичності

2. Для розрахунку ціни на споживчі товари, попит на які еластичний, доцільно використовувати:

- A. метод «собівартість плюс прибуток»
- B. параметричний метод
- C. метод цільового прибутку
- D. метод аналізу коефіцієнта еластичності

3. Яка ціна встановлюється нижче ціни рівноваги:

- A. монопольна
- B. демпінгова
- C. постійна
- D. фіксована

4. Якому підходу ціноутворення відповідає метод, при якому ціна покриває витрати і забезпечує бажаний рівень прибутку:

- A. встановлення ціни на основі споживчої вартості
- B. встановлення ціни з урахуванням цін конкурентів
- C. встановлення ціни на основі оцінки попиту

D. встановлення ціни на основі собівартості

5. Якій ціновій політиці відповідає ціна, яка встановлюється у відповідності з ціною підприємства, яке займає найбільшу ринкову частку:

- A. зняття вершків
- B. цінового лідера
- C. слідування в фарватері
- D. впровадження на ринок

6. При якому методі ціноутворення основним фактором є сприйняття товару покупцем, тобто реакція покупця на зміну цін:

- A. при методі «собівартість плюс прибуток»
- B. при параметричному методі
- C. при методі цільового прибутку
- D. при методі аналізу коефіцієнта еластичності

7. До факторів ціноутворення не слід відносити:

- A. витрати виробництва
- B. попит і пропозиція
- C. інфляція
- D. вірна відповідь відсутня

8. До методів встановлення ціни на основі прибутку не відноситься:

- A. метод цільового прибутку
- B. метод цільової рентабельності продаж
- C. метод співставлення валового доходу з валовими витратами
- D. метод аналізу контрольної точки

9. До методів встановлення ціни на основі споживчої вартості не відноситься:

- A. метод прямого визначення ціни
- B. метод «собівартість + прибуток»
- C. метод визначення споживчої вартості
- D. діагностичний метод

10. До методів встановлення ціни на основі параметричного ряду товарів не відноситься:

- A. метод аналізу технічного рівня товарів конкурентів
- B. метод питомих показників
- C. метод структурної аналогії
- D. метод кореляційно-регресійного аналізу

3. Розв'яжіть задачі.

Задача 1. 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 ?

Задача 2. За інформацією таблиці 3.3 розрахувати базову ціну на товар наступними методами: 1) собівартість +прибуток; 2) беззбитковості; 3) цільової рентабельності продаж. Зробити висновки щодо прийняття остаточного рішення за цінами.

Література:

1. Волошина С.В. Комплексний тренінг з економіки підприємства: навч. посіб. / С.В. Волошина, О.В. Пиріжок, О.А. Ніколайчук та ін.; за заг. ред. С.В. Волошиної. – Сімферополь: ДІАЙП, 2012. - 299 с.

2. Бакунов О.О. Ціноутворення та цінова політика. Практикум для студентів економічних спеціальностей відповідно вимогам ECST / О.О. Бакунов, С.М. Баранцева, У.С. Расулова. –Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – 117 с.

Таблиця 3.3 – Індивідуальні варіанти для розрахунків

Показник	Номер варіанту														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Загальний розмір виробничих витрат, тис. грн.	300	350	400	450	500	550	600	650	700	750	800	850	900	930	970
Загальний розмір адміністративних і збутових витрат, тис. грн.	50	60	70	80	90	50	60	70	80	90	50	60	70	80	90
Плановий обсяг випуску продукції, тис. од.	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80
Рентабельність продукції, %	3	5	7	9	11	13	15	17	19	20	21	22	23	24	25
Частка постійних витрат у повній собівартості, %	40	45	50	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63
Ринкова ціна продукції, грн.	38	30	27	22	24	25	20	20	20	20	22	19	19	18	18
Виробнича потужність підприємства, % до планового випуску	100	105	110	115	116	117	118	119	120	121	100	102	104	106	108
Бажана цільова рентабельність продажу, %	5	7	9	11	13	15	17	19	21	22	23	25	27	28	30

Семінар – розгорнута бесіда. Цінові стратегії підприємства

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Стратегія ціноутворення – це:

A. процес встановлення ціни на конкретний товар

B. визначення рівня цін і можливих варіантів їх зміни в залежності від цілей і завдань, які вирішує підприємство в короткостроковому періоді і в перспективі

C. вибір підприємством можливої динаміки зміни вихідної ціни товару в умовах ринку, яка найкращим чином відповідає цілям підприємства

D. програма конкретних завдань в області встановлення і зміни цін на тривалий період діяльності підприємства

2. Якій стратегії відповідає ціна, якщо вона встановлюється для конкретної соціальної групи:

A. преміального ціноутворення

B. нейтрального ціноутворення

C. швидкого повернення коштів

D. монопольного ціноутворення

3. Визначення та обґрунтування цілей ціноутворення, вибір методу ціноутворення, розробка цінової стратегії, пристосування цін до ринкових умов, це:

A. види цінової стратегії підприємства

B. методи ведення цінової політики

C. етапи розробки загальної цінової політики

D. рішення щодо реалізації цінової стратегії

4. Якій ціновій політиці відповідає ціна, яка встановлюється на товари і продукти фірми з традицією високої якості:

A. зняття вершків

B. цінового лідера

C. слідування в фарватері

D. впровадження на ринок

5. З точки зору стратегії розвитку підприємства ціна точки беззбитковості (нульового рівня рентабельності) може бути сприйнята як:

A. попередження щодо прийняття заходів по поліпшенню діяльності

підприємства

В. показник стабільності

С. підстава для реорганізації підприємства

Д. необхідність оголошення підприємства банкрутом

6. До основних типів стратегій ціноутворення не відноситься:

А. стратегія преміального ціноутворення

В. стратегія конкурентного ціноутворення

С. стратегія цінового прориву

Д. стратегія якнайшвидшого повернення коштів

7. Стратегія преміального ціноутворення передбачає:

А. забезпечується встановлення цін на рівні більш високому, ніж, на думку покупців, коштує товар

В. вона спрямована на завоювання певного сегмента ринку, де вже діють інші підприємства

С. це встановлення цін, виходячи з порівняльного рівня цін на різні товари, які наявні на ринку

Д. встановлення цін ведеться таким чином, щоб прорватися в той сегмент ринку, де високий прибуток

8. Стратегія цінового прориву передбачає:

А. забезпечується встановлення цін на рівні більш високому, ніж, на думку покупців, коштує товар

В. вона спрямована на завоювання певного сегмента ринку, де вже діють інші підприємства

С. це встановлення цін, виходячи з порівняльного рівня цін на різні товари, які наявні на ринку

Д. встановлення цін ведеться таким чином, щоб прорватися в той сегмент ринку, де високий прибуток

9. Конкретна діяльність підприємства щодо встановлення та зміни цін відповідно до мінливої ситуації на ринку називається:

А. стратегією ціноутворення

В. ціною політикою

С. ціною конкуренцією

Д. тактикою ціноутворення

10. Стратегія якнайшвидшого повернення коштів передбачає:

А. забезпечується встановлення цін на рівні більш високому, ніж, на думку покупців, коштує товар

В. вона спрямована на завоювання певного сегмента ринку, де вже діють інші підприємства

С. це встановлення цін, виходячи з порівняльного рівня цін на різні товари, які

наявні на ринку

D. встановлення цін ведеться таким чином, щоб прорватися в той сегмент ринку, де високий прибуток

3. Підготуйтеся до презентації доповідей, використовуючи мультимедійне візуальне супроводження, за темами:

- 1) Особливості розробки цінових стратегій на вітчизняних підприємствах.
- 2) Стратегії ціноутворення в економічно розвинутих країнах світу.

Література:

1. Ціноутворення і цінова політика : курс лекцій / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підпр. і торгівлі ; С.В. Волошина. – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2017. – 74 с.

2. Агеев Є.Я. Ціноутворення: теорія та практика: навч. посіб. / Є.Я. Агеев, Т.В. Шахматова, С.В. Піча. — Львів: Новий Світ-2000, 2012. — 374 с.

3. Верхоглядова Н.І. Основи ціноутворення: навч. посіб. / Верхоглядова Н.І., Ільїна С.Б., Іваннікова Н.А. та ін. – К.: Кондор, 2006.– 252 с.

4. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навч. посіб. / О. Є. Мазур. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 480 с.

5. Трацевский И.П. Ценообразование: учеб.пособ. / И.П. Трацевский, И.Н. Грекова. – Мн.: Новое знание, 2000. – 159 с.

6. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / Л.О. Шкварчук. – 2-е вид., випр. – К. : Кондор, 2004. – 214 с.

7. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – Донецьк: ДонДУЕТ ів. М.І.Туган-Барановського, 2003. - 156 с.

Семінар – розгорнута бесіда. Реалізація і контроль цінової політики підприємства

Форми контролю: тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Розв'яжіть тестові завдання.

1. До видів диференціації цін не відноситься:

- A. встановлення стандартних і мінливих цін
- B. застосування єдиних і гнучких цін
- C. знижка за платежі готівкою
- D. зв'язок ціни і якості

2. Який із запропонованих інструментів цінової політики сприяє прямому залученню покупців:

- A. використання наукової методології ціноутворення
- B. розробка стратегії
- C. знижка за платежі готівкою
- D. використання нормативного методу ціноутворення

3. Конкуренція з позицій ціноутворення може бути:

- A. складна
- B. цінова
- C. регіональна
- D. зростаюча

4. Диференціація ціни, при якій рівень ціни встановлюється на кілька одиниць нижче круглої ціни, називається:

- A. застосуванням ціни-приманки
- B. застосуванням неокруглених цін
- C. встановленням стандартних цін
- D. застосуванням гнучких цін

5. Основним резервом для зниження цін за рахунок зниження торговельних надбавок є:

- A. зниження якості обслуговування покупців
- B. зниження витрат на реалізацію товарів
- C. підвищення продуктивності праці
- D. підвищення заробітної плати робітників

6. «Зняття вершків» з ринку, як тип цінової політики передбачає:

- A. встановлення ціни на рівні конкурентів
- B. встановлення ціни, яка відповідає попиту
- C. встановлення ціни з наступним її зниженням для залучення нових покупців
- D. встановлення високої ціни на тривалий період часу незалежно від стану кон'юнктури ринку

7. Графічно точка беззбитковості лежить на перетинанні кривих:

- A. змінних і постійних витрат
- B. змінних витрат і виручки від продажу
- C. постійних витрат і виручки від продажу
- D. сукупних витрат і виручки від продажу

8. Не слід відносити до видів ринкової структури з позицій ціноутворення:

- A. середовище, яке контролюється даним підприємством
- B. мікросередовище

- C. середовище, яке контролюється підприємством-конкурентом
- D. середовище, яке контролюється державою

9. При якому методі ціноутворення ціна визначається на основі орієнтації на конкурентів:

- A. аналізу беззбитковості
- B. витрати плюс
- C. аналізу технічного рівня товарів
- D. аналізу коефіцієнтів еластичності попиту

10. Підприємство, яке закріпило за собою репутацію виробника якісної продукції, встановлює:

- A. високу ціну, щоб покрити високі витрати на підвищення якості і необхідні для цього науково-дослідні розробки
- B. низьку ціну, щоб завоювати як можна більшу частку ринку
- C. домінуючу ціну, щоб не втратити завойовані ринкові позиції
- D. поточну ціну на даний товар, оскільки покупці звикли до цієї ціни

3. Підготуйтеся до презентації доповідей, використовуючи мультимедійне візуальне супроводження, за темами:

- 3) Особливості диференціації цін на внутрішньому і світовому ринках.
- 4) Основні проблеми реалізації цінової політики на вітчизняних підприємствах.

Література:

1. Ціноутворення і цінова політика : курс лекцій / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підпр. і торгівлі ; С.В. Волошина. – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2017. – 74 с.
2. Агеев Є.Я. Ціноутворення: теорія та практика: навч. посіб. / Є.Я. Агеев, Т.В. Шахматова, С.В. Піча. — Львів: Новий Світ-2000, 2012. — 374 с.
3. Верхоглядова Н.І. Основи ціноутворення: навч. посіб. / Верхоглядова Н.І., Ільїна С.Б., Іваннікова Н.А. та ін. – К.: Кондор, 2006.– 252 с.
4. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навч. посіб. / О. Є. Мазур. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 480 с.
5. Трацевский И.П. Ценообразование: учеб.пособ. / И.П. Трацевский, И.Н. Грекова. – Мн.: Новое знание, 2000. – 159 с.
6. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / Л.О. Шкварчук. – 2-е вид., випр. – К. : Кондор, 2004. – 214 с.
7. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – Донецьк: ДонДУЕТ ів. М.І.Туган-Барановського, 2003. - 156 с.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Базова

1. Ціноутворення і цінова політика : курс лекцій / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підпр. і торгівлі ; С.В. Волошина. – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2017. – 74 с.
2. Агєєв Є.Я. Ціноутворення: теорія та практика: навч. посіб. / Є.Я. Агєєв, Т.В. Шахматова, С.В. Піча. — Львів: Новий Світ-2000, 2012. — 374 с.
3. Верхоглядова Н.І. Основи ціноутворення: навч. посіб. / Верхоглядова Н.І., Ільїна С.Б., Іваннікова Н.А. та ін. – К.: Кондор, 2006.– 252 с.
4. Закон України „Про ціни і ціноутворення” від 03.12.1990 р. №507-ХІІ [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://rada.gov.ua>
5. Корінєв В.Л. Цінова політика підприємства: монографія / В.Л. Корінєв. - К.: КНЕУ, 2001. - 257 с.
6. Кузин Б. Методы и модели управления фирмой / Б. Кузин, В. Юрьев, Г. Шагдинаров. – СПб. : Питер, 2001. – 432 с.
7. Липсиц И.В. Ценообразование. Управление ценообразованием в организации / И.В. Липсиц. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономист, 2005. – 447 с.
8. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навч. посіб. / О. Є. Мазур. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 480 с.
9. Пінішко В.С. Ціно- і тарифотворення: навч. посіб. / В.С. Пінішко. – Львів: Магнолія -2006, 2008. – 303 с.
10. Салимжанова И.К. Цены и ценообразование: учеб. / И.К. Салимжанова. – М.: Финстатинформбюро, 2001. – 304 с.
11. Трацевский И.П. Ценообразование: учеб.пособ. / И.П. Трацевский, И.Н. Грекова. – Мн.: Новое знание, 2000. – 159 с.
12. Цінова політика підприємства: навч. посіб. / О.О. Бакунов, Ю.О. Кучеренко. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2008. – 111 с.
13. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / Л.О. Шкварчук. – 2-е вид., випр. – К. : Кондор, 2004. – 214 с.

Додаткова

14. Бакунов О.О. Маркетингове ціноутворення: навч. посіб. / О.О. Бакунов, С.М. Баранцева, О.Ю. Гаркуша. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2014. – 308 с.
15. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – Донецьк: ДонНУЕТ ім. М.І.Туган-Барановського, 2003. - 156 с.
16. Волошина С.В. Комплексний тренінг з економіки підприємства: навч. посіб. / С.В. Волошина, О.В. Пиріжок, О.А. Ніколайчук та ін.; за заг. ред. С.В. Волошиної. – Сімферополь: ДІАЙП, 2012. - 299 с.

17. Данченко Л.А. Маркетинговое ценообразование: политика, методы, практика / Л.А. Данченко, А.Г. Иванова. – М.: Эксмо, 2006. – 464 с.
18. Длігач А.О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика: навч. посіб. / А.О. Длігач – К.: ВД “Професіонал”, 2006. – 304 с.
19. Литвиненко Я.В. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / Я.В. Литвиненко. - К., 2010. - 294 с.
20. Лошенко І.Р. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. / І.Р. Лошенко, А.М. Гуменюк, Ю.Б. Чаплінський. – К. : Дакор, 2008. – 184 с.
21. Мельник Л.Г. Маркетингова цінова політика: навч.посіб. / Л.Г. Мельник, Л.В. Старченко, О.І. Карінцева. – Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2007. – 240 с.
22. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / М.А. Окландер, О.П. Чукурна. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.
23. Пунин Е.М. Маркетинг, менеджмент, ценообразование на предприятии / Е.М. Пунин. – М. : Международные отношения, 2007. – 661 с.
24. Бакунов О.О. Ціноутворення та цінова політика. Практикум для студентів економічних спеціальностей відповідно вимогам ECST / О.О. Бакунов, С.М. Баранцева, У.С. Расулова. –Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – 117 с.

Інформаційні ресурси

25. Офіційний сайт Державного комітету статистики [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
26. Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.
27. Офіційний веб-сайт Європейський науковий фонд [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.esf.org/>.
28. Национальный институт стратегических исследований [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.niss.gov.ua>
29. Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>

Навчальне видання

Волошина Світлана Василівна

Калініченко Данило Ростиславович

Кафедра економіки

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА ЦІНОВА ПОЛІТИКА

Формат 60×84/8. Ум. др. арк. 2,46.

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
50042, Дніпропетровська обл.,
м. Кривий Ріг, вул. Курчатова, 13.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4929 від 07.07.2015 р.