

**Силабус навчальної дисципліни
«Ціноутворення»**

Галузь знань: 24 Сфера обслуговування
 Спеціальність: 242 Туризм
 Освітня програма: Туризм
 Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)
 Курс: 3
 Семестр: 5

Факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Викладач(-і)	ПІБ: Білошкурська Наталія Володимирівна Посада: доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом E-mail: biloshkurska.n@udpu.edu.ua
Лінк на освітній контент дисципліни	https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=7589
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	4/120
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (30 год.), семінарські (30 год.), самостійна робота (60 год.)
	Заочна форма: лекції (8 год.), семінарські (8 год.), самостійна робота (104 год.)
Політика дисципліни	Академічна доброчесність. Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Відвідування занять. Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі вищої освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. Креативна ініціатива здобувача вищої освіти. Здобувачі вищої освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем.
Що будемо вивчати?	Особливості процесу ціноутворення; загальні принципи, правила, методи розробки ціни і формування концепції ціноутворення; сутність механізму ринкового ціноутворення; методологію обґрунтування базової стратегії конкуренції; інструменти державного регулювання цін, тарифів; систему оподаткування підприємств, методичні підходи до вибору цінових стратегій.
Чому це треба вивчати?	Підготовка висококваліфікованих і конкурентоспроможних на національному та міжнародному ринку праці фахівців, які здатні розв'язувати спеціалізовані завдання та прикладні проблеми ціноутворення.
Яких результатів можна досягнути?	Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна). Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.
Як можна використати набуті знання та уміння?	Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності. Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу.

Зміст дисципліни	Сутність, види і функції цін у ринковій економіці. Цінова політика держави. Цінова політика підприємства. Основні ціноутворюючі чинники Структура ціни та формування її елементів. Методи ринкового ціноутворення. Система цін біржової торгівлі. Ціни зовнішнього ринку
Обов'язкові завдання	Підготовка здобувачами доповідей за заданою проблематикою дисципліни; поглиблене опрацювання окремих лекційних тем або питань; опрацювання контрольних запитань, питань для самостійного вивчення дисципліни при підготовці до поточного контролю знань; систематизація вивченого матеріалу з метою підготовки до екзамену та обов'язкових письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань (за вибором студента).
Міждисциплінарні зв'язки	Маркетинг у сфері обслуговування, бізнес-планування у сфері обслуговування, менеджмент у сфері обслуговування.
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Бакунов О. О., Кучеренко Ю. О. Цінова політика підприємства : навч. посіб. Донецьк : ДонНУЕТ, 2016. 111 с. 2. Лисак О. І., Андреева Л. О., Завадських Г. М. Ціноутворення : курс лекцій. Мелітополь : Люкс, 2020. 193 с. 3. Литвиненко Я.В. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. К. : Знання, 2010. 294 с. 4. Літвінов Ю. І., Останкова Л. А., Літвінова Т. М., Підгорна О. В. Ціноутворення в умовах ринку : навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2019. 400 с. 5. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення : навчальний посібник. К. : «Центр учбової літератури», 2012. 480 с. 6. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К. : Центр учбової літератури, 2012. 238 с. 7. Підлісний Є. В., Фоменко Л. Г. Ціноутворення : навчально-методичний посіб. для студ. спец. (6.020107) «Туризм», (7.050104) «Фінанси», (7.050108) «Економіка підприємства», (6.039507) «Маркетинг», денної та заоч. форми навч. ; МОН України, Уманський ДПУ імені Павла Тичини. Умань : [УДПУ імені Павла Тичини], 2011. 111 с. 8. Стасіневич С. А. Ціноутворення на біржовому ринку : навчальний посібник. К. : ЦП «КОМПРИНТ», 2015. 111 с.
Поточний контроль	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування.
Підсумковий контроль	Залік

Розробник



(Наталія Білошкурська)