



ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«Міжнародний науково-технічний університет
імені академіка Юрія Бугая»

Кафедра менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування

РОБОЧА ПРОГРАМА (СИЛАБУС)
навчальної дисципліни
МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА

на 2025/2026 навчальний рік

1. Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) /
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Діджитал маркетинг
Статус дисципліни	Обов'язкова
Форма здобуття освіти	Очна
Рік підготовки, семестр	3 рік, 5 семестр
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/загальна кількість годин)	5 / 150 год.
Семестровий контроль/ контрольні заходи	Модульний контроль
Мова викладання	Українська
Розміщення курсу	Google classroom

2. Інформація про викладача

- Викладач:** *Щаслива Лілія Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування.*
Графік роботи: за розкладом.
- Віртуальний офіс:** E-mail l.schasлива@istu.edu.ua, посилання на вебінар Google Meet в Google classroom, графік консультацій: Понеділок 10:00 – 11:00.

Більше інформації про викладача можна знайти на офіційному сайті Університету за цим [посиланням](#).

3. Анотація навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни: формування у майбутніх фахівців системи теоретичних знань сучасних підходів до сутності та завдань маркетингової цінової політики підприємства, висвітлення питань ціноутворення на нові й традиційні товари та послуги, що виробляють і надають підприємства, про розробку та реалізацію маркетингової цінової політики.

Завдання навчальної дисципліни:

- **ознайомлення студентів з базовими знаннями:**
 - особливостей маркетингового підходу до ціноутворення;
 - впливу на формування маркетингової цінової політики внутрішніх та зовнішніх факторів;
 - методичних підходів до формування маркетингової цінової політики та можливостей ринкового коригування ціни;

- маркетингових стратегій ціноутворення;
- етапів процесу формування маркетингової цінової політики підприємства;
- характерних рис цінової політики брендів.

● **формування умінь:**

- визначення цілей цінової політики і цінових стратегій підприємства;
- здійснення маркетингових досліджень в процесі реалізації маркетингової цінової політики;
- застосування найбільш ефективних цінових стратегій;
- проведення політики формування та зміни поточних цін.

● **розвиток у здобувачів таких комунікаційних навичок:**

— командної роботи при колективному обговоренні проблемних ситуацій та комплексних завдань;

— обґрунтування вибору методу розв'язування задач та правильності отриманого розв'язку, на основі конструктивного сприйняття та аналізу критичних зауважень до виконаних завдань та наданих відповідей на запитання.

● **формування здатності застосовувати знання та навички самостійно та відповідально:**

- уміння застосувати методи самостійної перевірки;
- формування здатності самостійно обґрунтовувати та обирати ефективне управлінське рішення на основі аналізу наявної інформації та моделювання можливих варіантів розвитку процесів, а також нести відповідальність за прийняте (запропоноване) рішення.

Внесок навчальної дисципліни у формування програмних компетентностей та досягнення програмних результатів навчання.

Навчальна дисципліна робить внесок у формування таких компетентностей та досягнення таких результатів навчання, передбачених освітньою програмою:

Загальні компетентності:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Фахові компетентності:

ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

Програмні результати навчання:

ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

Пререквізити: розуміння основних економічних законів та закономірностей, методів пізнання економічних явищ та процесів, сутності, принципів та інструментів сучасного маркетингу, знання менеджменту, економіки бізнесу, корпоративних фінансів та психології.

Рекомендовані навчальні матеріали та ресурси

Основні:

1. Закон України «Про ціни і ціноутворення зі змінами та доповненнями» [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради, 2013, № 19-20, ст. 190. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text>
2. Літвінов Ю.І. Ціноутворення в умовах ринку. Підручник. Видавництво: Центр учбової літератури, 2022. 400 с.
3. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навчальний посібник. Видавництво: Центр учбової літератури, 2022. 480 с.
4. Мельник Л.Г., Карінцева О.І., Старченко Л.В. Маркетингова цінова політика. Навчальний посібник. Видавництво: Університетська книга, 2023. 246 с.
5. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика. Підручник. Видавництво: Центр учбової літератури, 2021. 284 с.

Допоміжні:

6. Непрана А.В., Дмитрієва І.А., Ціни і ціноутворення. Підручник. Харків: ПП Іванченка, 2024. 446 с.
7. Корінєв В.Л., Корецький М.Х., Дацій О.І. Маркетингова цінова політика. Навчальний посібник. Видавництво: Центр учбової літератури, 2021. 200 с.
8. Притиченко Т.І., Гронь О.В. Маркетингове ціноутворення [Електронний ресурс]: методичні рекомендації до практичних завдань для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. 77 с.
9. Іванечко Н.Р., Борисова Т., Процишин Ю. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посібник Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
10. Бучнев М.М. Маркетингове ціноутворення: навчальний посібник. Київ: вид-во СНУ ім.В.Даля, 2023. 134 с.

Інформаційні ресурси:

11. Маркетинг в Україні /Науковий журнал/ Доступно з <https://uam.in.ua/common/zhurnal-marketyng-v-ukrayini/>
12. Маркетинг і менеджмент інновацій /Науковий журнал/ Доступно з <https://mmi.sumdu.edu.ua/ua/uammi/>
13. Маркетинг і цифрові технології /Науковий журнал/ Доступно з <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/issue/archive>
14. Матеріали сайту Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
15. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
16. Українська Асоціація Маркетингу URL: <http://www.uam.in.ua>
17. Українська мережа ділової інформації. URL: <http://www.liga.net>

4. Організація вивчення навчальної дисципліни

№ тижня	Форми занять (найменування, кількість годин)	Форми контролю	Максимальна кількість балів
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Цінова політика в системі маркетингу підприємства			
Тема 1. Цінова політика підприємства в сучасних ринкових умовах			
	Лекція 1- 2 год.		
	Практичне заняття 1 – 2 год.	Тестування	5
	Лекція 2- 2 год.		
	Практичне заняття 2 – 2 год.	Перевірка індивідуального	10

		завдання	
	Самостійна робота – 10 год	Див. примітку *.	
Тема 2. Ціна як інструмент маркетингової цінової політики			
	Лекція 3 - 2 год.		
	Практичне заняття 3 – 2 год.	Тестування	5
	Лекція 4 - 2 год.		
	Практичне заняття 4 – 2 год.	Перевірка індивідуального завдання	10
	Самостійна робота – 10 год.	Див. примітку *.	
Тема 3. Чинники, що впливають на формування цінової політики			
	Лекція 5 - 2 год.		
	Практичне заняття 5 – 2 год.	Тестування	5
	Лекція 6 - 2 год.		
	Практичне заняття 6 – 2 год.	Перевірка індивідуального завдання	10
	Самостійна робота – 10 год	Див. примітку *.	
Тема 4. Методи ціноутворення			
	Лекція 7 - 2 год.		
	Лекція 8 - 2 год.	Тестування	5
	Практичне заняття 7 – 2 год.	Перевірка індивідуального завдання	10
	Самостійна робота – 12 год.	Див. примітку *.	
Разом за поточну роботу			60
	Модульний контроль 1 — 2 год.	Комп'ютерне тестування	40
Разом за кредитним модулем			100
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Складові цінової політики підприємства			
Тема 5. Маркетингові цінові стратегії			
	Лекція 9 - 2 год.		
	Практичне заняття 8 – 2 год.	Тестування	5
	Лекція 10 - 2 год.		
	Практичне заняття 9 – 2 год.	Перевірка індивідуального завдання	10
	Самостійна робота – 10 год.	Див. примітку *.	
Тема 6. Процедура прийняття рішень щодо визначення ціни. Коригування цін			
	Лекція 11- 2 год.		
	Практичне заняття 10 – 2 год.	Тестування	5
	Лекція 12 - 2 год.		
	Практичне заняття 11 – 2 год.	Перевірка індивідуального завдання	10
	Самостійна робота – 10 год.	Див. примітку *.	
Тема 7. Державне регулювання процесів ціноутворення. Оцінювання помилок та ризиків у ціноутворенні			
	Лекція 13 - 2 год.		
	Практичне заняття 12 – 2 год.	Тестування	5
	Лекція 14 - 2 год.		
	Практичне заняття 13 – 2 год.	Перевірка індивідуального завдання	10
	Самостійна робота – 10 год.	Див. примітку *.	
Тема 8. Міжнародне ціноутворення. Цінова політика брендів			
	Лекція 15 - 2 год.		
	Лекція 16 - 2 год.	Тестування	5

	Практичне заняття 14 – 2 год.	Перевірка індивідуального завдання	10
	Самостійна робота – 14 год.	Див. примітку*.	
Разом за поточну роботу			60
	Модульний контроль 2 — 2 год.	Комп’ютерне тестування	40
Разом за кредитним модулем			100

*Примітка. Питання та завдання за матеріалом, винесеним на самостійне опрацювання, включені до індивідуальних завдань та тестів модульного контролю.

5. Політика навчальної дисципліни

5.1 Політика щодо відвідування занять

- аудиторні заняття з навчальної дисципліни проводяться згідно з розкладом, який розміщений на офіційному сайті Університету (ознайомитись за посиланням [Розклад](#));
- права, обов’язки та основні правила поведінки здобувачів освіти протягом навчання в Університеті регламентується [Правилами внутрішнього розпорядку для здобувачів вищої та фахової передвищої освіти](#).

5.2 Політика оцінювання навчальних досягнень здобувачів

- система, шкали та порядок оцінювання навчальних досягнень здобувачів наведені у [Положенні про рейтингову систему оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у Закладі вищої освіти «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая»](#);
- критерії оцінювання.

Критерії оцінювання індивідуальних практичних завдань:

Програмою передбачено виконання практичних індивідуальних завдань з навчальної дисципліни з максимально можливою кількістю балів 10 за кожне. Критерії оцінювання кожного завдання подані у таблиці

Етапи розв’язування завдання	Кількість балів		
	Правильно, ефективно, 3 бали	Правильно, не ефективно, 1 - 2 бали	Неправильно чи не обрано, 0 балів
Вибір та обґрунтування методики (методу, технології, способу)	Правильно, ефективно, 3 бали	Правильно, не ефективно, 1 - 2 бали	Неправильно чи не обрано, 0 балів
Виконання завдання	Без помилок, 4 бали	Незначні помилки, 1 - 3 бали (у залежності від кількості помилок)	Значні помилки, відсутність, 0 балів
Результат	Правильний, 2 бали	Неточний, 1 бал	Неправильний чи відсутній, 0 балів
Діагностика (перевірка результату)	Правильна, 1 бал	Неточна, 0,5 балів	Неправильна чи відсутня, 0 балів

Критерії оцінювання тестових завдань.

Кожне тестове завдання складається з кількох тестів, що оцінюються визначеною кількістю балів. Якщо тест виконаний правильно, то здобувач отримує цю кількість балів, якщо неправильно, то нуль балів.

- визначені силабусом навчальні завдання є обов’язковими для виконання здобувачами освіти. Розподіл балів за окремі завдання вказаний у розділі 5 «Організація вивчення навчальної дисципліни»;
- здобувач може набрати додаткові бали шляхом підготовки тез на наукову студентську конференцію та участі у ній. Максимальна кількість додаткових балів 10;

- максимальна кількість балів за поточну роботу упродовж кредитного модуля становить 60 балів, мінімальна кількість балів для допуску до підсумкового оцінювання кредитного модуля становить 30 балів; максимальна кількість балів за підсумкове оцінювання модульного контролю становить 40 балів;
- можуть бути визнані та зараховані (повністю чи частково) у межах навчальної дисципліни результати навчання, досягнуті здобувачем поза навчальними заняттями в ЗВО «МНТУ» через формальну освіту (на основі додатку до диплому чи академічної довідки) або неформальну, інформальну освіту (через процедуру визнання, яка регулюється Положенням про визнання результатів навчання в ЗВО «МНТУ»).

5.3 Політика щодо дедлайнів та перескладання

- усі передбачені програмою завдання мають бути виконані у встановлені викладачем терміни;
- робота, яка здається здобувачем менше ніж за п'ять робочих днів до модульного контролю без поважних причин, не перевіряється викладачем;
- здобувачу, який не здав роботу у встановлені терміни з поважних причин, надається можливість здати її після встановленого терміну за погодженням із викладачем;
- ліквідація академічної заборгованості відбувається у встановлені графіком освітнього процесу терміни та у порядку, передбаченим у [Положенні про рейтингову систему оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у Закладі вищої освіти «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая»](#).

5.4 Політика дотримання принципів академічної етики та доброчесності

- здобувачі мають дотримуватись принципів академічної етики та доброчесності наведених у [Кодексі академічної етики](#) та [Положенні про академічну доброчесність здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних, наукових і педагогічних працівників Закладу вищої освіти «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая»](#).
- порушення принципів академічної доброчесності тягне за собою цивільно-правову та дисциплінарну відповідальність, передбачену чинним законодавством та наведеним вище положенням;
- Університет визнає важливість різноманітності студентського контингенту і прагне до створення комфортного інклюзивного та справедливого середовища для навчання різних категорій здобувачів. Будь-яка поведінка (включно з переслідуваннями, сексуальними домаганнями, дискримінацією, розпалюванням ворожнечі), яка загрожує цій атмосфері, не допускається. Інформація про прояви такої поведінки учасниками освітнього процесу під час занять має бути негайно доведена до викладача навчальної дисципліни чи адміністрації Університету.

5.5 Політика оскарження результатів підсумкового контролю

Порядок оскарження результатів підсумкового контролю (кредитний модуль чи атестація) регулюється розділом 6 Положення про рейтингову систему оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у Закладі вищої освіти «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая».

5.6 Політика комунікацій

Комунікації з викладачем:

- усі обов'язкові для виконання завдання з навчальної дисципліни, рекомендації до їх виконання, максимальна кількість балів та дедлайни викладені у розділі «Завдання» відповідного

навчального курсу у Classroom;

- усі важливі повідомлення для здобувачів викладач розміщує у розділі «Стрічка» відповідного навчального курсу у Classroom;
- усі виконані завдання здобувач повинен завантажувати для перевірки до навчального курсу у Classroom;
- викладач перевіряє виконане здобувачем завдання протягом наступних трьох робочих днів після завантаження роботи та виставляє отриману оцінку до електронного журналу навчального курсу у Classroom;
- при проведенні заняття у форматі відеоконференцій камери здобувачів мають бути ввімкнені протягом усього заняття;
- індивідуальні консультації викладач надає здобувачам офлайн у приміщенні та за графіком, визначеними у силабусі, або онлайн у віртуальному офісі за визначеним графіком.

Комунікації в групі

Викладач заохочує дискусії із спірних питань та проблем, що розглядаються у межах навчальної дисципліни, висловлювання власної точки зору здобувачів на предмет їх вирішення. Обговорення та дискусії мають вестись у обстановці поваги до іншої точки зору, шанобливого ставлення до думок опонентів. Критика має бути конструктивною та обґрунтованою.

Силабус навчальної дисципліни складено кандидатом економічних наук, доцентом, доцентом кафедри менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування Лілією ЩАСЛИВОЮ.

«Погоджено»

Гарант освітньої програми доктор економічних наук, професор Оксана КАРПЕНКО

(підпис)

Ухвалено рішенням кафедри менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування
(протокол №1 від 29.08.2025)

Завідувач кафедри менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування, доктор економічних наук, професор Ростислав ТУЛЬЧИНСЬКИЙ

(підпис)