

Дисципліна	МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА
Кафедра	Менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування
Рівень ВО	Перший (бакалаврський)
Мета	Метою вивчення дисципліни є 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.
Зміст (теми) дисципліни	<p>Тема 1. Цінова політика підприємства в сучасних ринкових умовах.</p> <p>Тема 2. Ціна як інструмент маркетингової цінової політики.</p> <p>Тема 3. Чинники, що впливають на формування цінової політики.</p> <p>Тема 4. Методи ціноутворення.</p> <p>Тема 5. Маркетингові цінові стратегії.</p> <p>Тема 6. Процедура прийняття рішень щодо визначення ціни. Коригування цін.</p> <p>Тема 7. Державне регулювання процесів ціноутворення. Оцінювання помилок та ризиків у ціноутворенні.</p> <p>Тема 8. Міжнародне ціноутворення. Цінова політика брендів.</p>