

## **Навчальна дисципліна: МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА**

**Статус:** нормативний

**Курс:** 4

**Семестр:** 8

Кількість залікових кредитів ECTS – 5,0

**Попередні умови для вивчення:** навчальні дисципліни – «Менеджмент», «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Економіка підприємств», «Мікроекономіка».

### **Опис дисципліни:**

**Мета:** формування базових знань з теорії маркетингової цінової політики. Засвоєння студентами знань, щодо розроблення та реалізації цінової стратегії та цінової тактики, як на нові так і на традиційні товари та послуги.

**Завдання:** вивчення сутності, функцій та ролі ціни у ринковій економіці; закономірностей та еволюції теоретичних поглядів на сутність ціни; теоретичних основ ціноутворення, методології ціноутворення в маркетингу; засад функціонування державного ціноутворення.

**Предмет:** ціна як елемент комплексу маркетингу.

### **Змістовні модулі:**

Модуль 1. Сутність та механізм маркетингової цінової політики у сучасних умовах господарювання.

Модуль 2. Інструменти маркетингової цінової політики.

**Форми та методи навчання:** лекції, ситуаційні та практичні вправи, тестування, розрахунково-аналітичні завдання, індивідуальне навчально-дослідне завдання.

### **Форми організації контролю знань, система оцінювання:**

Іспит: 60 % – модульний контроль

40 % – підсумковий контроль: екзаменаційна робота в письмовій формі (3 ак. години)

Оцінювання відбувається за чотирьохбальною шкалою та шкалою ECTS. Критерії оцінки знань наведені в робочій програмі.

**Навчально-методичне забезпечення:** НМКД – навчальна програма, робоча програма, конспект лекцій, плани практичних та семінарських занять, методичні рекомендації щодо виконання індивідуального навчально-дослідного завдання, тести, самостійна робота. В наявності електронний варіант.

**Мова викладання:** українська, російська.

### **Список рекомендованої літератури:**

#### **Основна**

1. Кудінова М. М. Опорний конспект лекцій з навчальної дисципліни «Маркетингова цінова політика» для студентів спеціальності

- 6.030507 «Маркетинг». – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. – 100 с. [Електронний варіант]
2. Кудінова М. М. Методичні рекомендації з виконання практичних завдань з курсу «Маркетингова цінова політика» для студентів спеціальності 6.030507 «Маркетинг». – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. – 25 с. [Електронний варіант]
  3. Белявцев М. І. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / М. І. Белявцев, І. В. Петенко, І. В. Прозорова – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 332 с.

*Додаткова*

4. Маркетинг: підручник / В. Руделіус, В. А. Євтушенко та ін. – К.: Навчально-методичний центр Консорціуму із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2010. – 648 с.
5. Маркетингова цінова політика / М. І. Белявцев, І. В. Петенко, І. В. Прозорова – К.: Центр навч. л-ри, 2005. – 330 с.