НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права
Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-педагогічної роботи
_____ Богдан Коробко
«__» _____ 2026 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ТРЕНІНГ-КУРС: «ЦІНОВІ СТРАТЕГІЇ В БІЗНЕСІ І ТОРГІВЛІ»»

(назва навчальної дисципліни)

Підготовки — Магістр
(назва ступеня вищої освіти)

Освітньої програми — Бізнес і торгівля
(назва освітньої програми)

Спеціальності — D7 Торгівля
(код і назва спеціальності)

Полтава
2026 рік

Робоча програма навчальної дисципліни **«Тренінг-курс: «Цінові стратегії в бізнесі і торгівлі»»** для здобувачів вищої освіти спеціальності **D7 Торгівля**, другого (магістерського) рівня вищої освіти.

Складена відповідно до освітньої програми **«Бізнес і торгівля»,** 2026 року.

Розробник: Чичуліна К.В., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу, кандидат технічних наук

Погоджено

Гарант освітньої програми _____ А.С. Скрильник

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу

Протокол від «26» серпня 2026 року № 12

Завідувач кафедри економіки, підприємництва
та маркетингу _____М.Б. Чижевська

«26» серпня 2026 року

Схвалено навчально-методичною комісією навчально-наукового інституту фінансів, економіки, управління та права

Протокол від «28» серпня 2026 року № 1

Голова навчально-методичної комісії _____ Є.А. Карпенко

«28» серпня 2026 року

© Чичуліна К.В., 2026 рік
© Національний університет
імені Юрія Кондратюка, 2026 рік

Робоча програма навчальної дисципліни **«Тренінг-курс: «Цінові стратегії в бізнесі і торгівлі»»** для здобувачів вищої освіти спеціальності **D7 Торгівля**, другого (магістерського) рівня вищої освіти.

Складена відповідно до освітньої програми **«Бізнес і торгівля»,** 2026 року.

Розробник: Чичуліна К.В., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу, кандидат технічних наук

Погоджено

Гарант освітньої програми _____ А.С. Скрильник

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу

Протокол від «26» серпня 2026 року № 12

Завідувач кафедри економіки, підприємництва
та маркетингу _____М.Б. Чижевська

«26» серпня 2026 року

Схвалено навчально-методичною комісією навчально-наукового інституту фінансів, економіки, управління та права

Протокол від «28» серпня 2026 року № 1

Голова навчально-методичної комісії _____ Є.А. Карпенко

«28» серпня 2026 року

© Чичуліна К.В., 2026 рік
© Національний університет
імені Юрія Кондратюка, 2026 рік

1. Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><td rowspan="3">Найменування показників</td><td rowspan="3">Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти</td><td colspan="3">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td colspan="3">Форма здобуття освіти</td></tr>
<tr><td>денна</td><td>заочна</td><td>дистан-ційна</td></tr>
<tr><td colspan="2">Кількість кредитів – 4</td><td rowspan="2">Галузь знань
07 – Управління та адміністрування</td><td colspan="3" rowspan="2">Вибіркова</td></tr>
<tr><td colspan="2">Загальна кількість годин – 120</td></tr>
<tr><td colspan="2">Модулів – 1</td><td rowspan="10">Спеціальність

D7 Торгівля</td><td colspan="3">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="3">Змістових модулів – 1</td><td>1-й</td><td>1-й</td><td>1-й</td></tr>
<tr><td colspan="3">Семестр</td></tr>
<tr><td>2-й</td><td>2-й</td><td>2-й</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="9">Індивідуальне завдання – не передбачено</td><td colspan="3">Лекції</td></tr>
<tr><td>16 год.</td><td>6 год.</td><td>–</td></tr>
<tr><td colspan="3">Практичні</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Ступінь вищої освіти

магістр</td><td>16 год.</td><td>6 год.</td><td>–</td></tr>
<tr><td colspan="3">Лабораторні</td></tr>
<tr><td>–</td><td>–</td><td>–</td></tr>
<tr><td colspan="3">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>88 год.</td><td>108 год.</td><td>120 год.</td></tr>
<tr><td colspan="3">Індивідуальна робота</td></tr>
<tr><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="3">Вид контролю: диференційований залік</td></tr>
</table>

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми здобуття освіти – 32 / 88;

для заочної форми здобуття освіти – 12 / 108;

для дистанційної форми здобуття освіти – 0 / 120.

2. Мета навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Тренінг-курс: «Цінові стратегії в бізнесі і торгівлі»» відноситься до складу вибіркових компонент освітньо-професійної програми підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності D7 Торгівля та має на меті ознайомлення з поняттям цінової політики фірми та її складовими; вивчення категорії «ціна», її видів та функцій; опанування методики ціноутворення в бізнесі та торгівлі; вивчення сутності та принципів формування цінової стратегії в бізнесі та торгівлі; дослідження видів, класифікації цінових стратегій та правил їх адаптації до конкретних ринкових умов; аналіз стратегій ціноутворення в бізнесі як складової маркетингової політики фірми.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів вищої освіти компетентностей, визначених освітньо-професійною програмою:

- Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва та торгівлі або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог;
- Здатність до адаптації та дії в новій ситуації;
- Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
- Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
- Здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку підприємницьких та торговельних структур.
- Здатність проводити оцінювання продукції, товарів і послуг в підприємницькій та торговельній діяльності.
- Здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва та торгівлі.

3. Передумови для вивчення дисципліни

Передумовою вивчення навчальної дисципліни «Тренінг-курс: «Цінові стратегії в бізнесі і торгівлі»» є дисципліни, що формують основу підготовки здобувачів вищої освіти Другого (магістерського) рівня вищої освіти.

4. Очікувані результати навчання з дисципліни

Формулювання результатів навчання визначається освітньою програмою базується на результатах навчання, визначених освітньо-професійною програмою «Бізнес і торгівля» спеціальності D7 Торгівля.

Програмні результати навчання, а саме:

– Адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності.

– Визначати, аналізувати проблеми підприємництва і торгівлі та розробляти заходи щодо їх вирішення.

– Професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва та торгівлі.

– Визначати та впроваджувати стратегічні плани розвитку суб'єктів господарювання у сфері підприємництва і торгівлі.

– Оцінювати продукцію, товари, послуги, а також процеси, що відбуваються в підприємницьких та торговельних структурах, і робити відповідні висновки для прийняття управлінських рішень.

– Розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької та торговельної діяльності.

5. Критерії оцінювання результатів навчання

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом вивчення навчальної дисципліни.

Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати в мінімальну позитивну оцінку числової (рейтингової) шкали.

Сума балів	Значення ЄКТС	Оцінка	Критерій оцінювання	Рівень компетентності
90-100	**A**	**Відмінно**	Здобувач демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Власні пропозиції Здобувача в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивчені інших дисциплін.	**Високий**, що повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни.
82-89	**B**	**Добре**	Здобувач демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною.	**Достатній**, що забезпечує Здобувачу самостійне вирішення основних практичних задач.
74-81	**C**	**Добре**	Здобувач в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідають робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та використовує для рішення характерних/типових практичних завдань на професійному рівні. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають ускладнення.	**Достатній**, Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни.
64-73	**D**	**Задовільно**	Здобувач засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядались з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	**Середній**, що забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни.
60-63	**E**	**Достатньо**	Здобувач має певні знання матеріалу,	**Середній,**

Сума балів	Значення ЄКТС	Оцінка	Критерій оцінювання	Рівень компетентності
			передбаченого робочою програмою, володіє основними положеннями на рівні, який визначається як мінімально допустимий. Правила вирішення практичних завдань з використання м основних теоретичних положень пояснюються з труднощами. Виконання практичних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	що є мінімально допустимим у всіх складових навчальної дисципліни
35-59	**FX**	**Незадовільно** з можливістю повторного складання заліку	Здобувач може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни Здобувач виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних і лабораторних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у Здобувача відсутні.	**Низький**, не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни.
0-34	**F**	**Незадовільно** з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Здобувач повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Здобувач не допущений до здачі заліку	**Незадовільний**, Здобувач не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни.

6. Засоби діагностики результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є:

- диференційований залік;
- усне опитування;
- тестування;
- виконання практичних завдань;
- виконання завдань самостійної роботи;
- контрольна робота (для дистанційної форми)

7. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Цінова політика та стратегія ціноутворення в бізнесі. Стратегії ціноутворення в бізнесі і торгівлі.

Тема 1. Цінова політика фірми та її складові.

Сутність цінової політики та її важливість в ринкових умовах господарювання. Принципи формування цінової політики. Цілі формування цінової політики. Чинники формування цінової політики. Аналіз зовнішніх та внутрішніх чинників формування ціни. Характеристика процедури реалізації цінової політики фірми. Маркетингові підходи в системі ціноутворення.

Практичне заняття № 1.

Тема 2. Сутність та принципи формування цінової стратегії в бізнесі і торгівлі.

Визначення цінової стратегії в бізнесі. Чинники, що визначають вибір конкретної стратегії ціноутворення. Етапи формування цінової стратегії фірми. Фактори, що впливають на формування цінової стратегії: витрати і прибуток; тип ринку, сегментація ринку; реакція конкурентів. Аналіз ринкової діяльності при виборі цінової стратегії в бізнесі і торгівлі.

Практичні заняття № 2.

Тема 3. Види і класифікації цінових стратегій в бізнесі та правила їх адаптації до конкретних ринкових умов. Стратегії ціноутворення як складова загальної політики фірми.

Окремі класифікації цінових стратегій, загальна класифікація цінових стратегій, характеристика та умови застосування цінових стратегій за ознаками. Стратегії ціноутворення: класифікація, особливості, підходи.

Практичні заняття № 3,4.

Тема 4. Розробка ефективної цінової стратегії в складі бізнес-стратегії компанії. Аналіз факторів ціноутворення, що впливають на вибір цінової стратегії. Обґрунтування вибору стратегії ціноутворення компанії. Розробка оптимальної цінової стратегії, реалізація якої принесе компанії найвищий прибуток.

Практичні заняття № 5,6.

Тема 5. Стратегії ціноутворення на міжнародному ринку.

Основні поняття, зміст, основні характеристики та методи ціноутворення на міжнародному ринку. Побудова цінових стратегій на міжнародному ринку. Теоретичні та практичні основи ціноутворення в ринковій і сучасній українській економіці, а також на міжнародному ринку. Взаємозвязок сучасних міжнародних методів формування цін з українськими особливостями ведення міжнародного бізнесу і торгівлі.

Практичні заняття № 7,8.

8. Структура навчальної дисципліни
а) для денної форми здобуття освіти

Назви змістових модулів і тем	**Кількість годин**					
	усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**
Змістовий модуль 1. Цінова політика та стратегія ціноутворення в бізнесі. Стратегії ціноутворення в бізнесі і торгівлі.						
Тема 1. Цінова політика фірми та її складові.	20	2	2	0	0	16
Тема 2. Сутність та принципи формування цінової стратегії в бізнесі і торгівлі.	28	4	2	0	0	22
Тема 3. Види і класифікації цінових стратегій в бізнесі та правила їх адаптації до конкретних ринкових умов. Стратегії ціноутворення як складова загальної політики фірми.	32	4	4	0	0	24
Тема 4. Розробка ефективної цінової стратегії в складі бізнес-стратегії компанії.	18	4	4	0	0	10
Тема 5. Стратегії ціноутворення на міжнародному ринку.	22	2	4	0	0	16
Усього годин	**120**	**16**	**16**	**0**	**0**	**88**

б) для заочної форми здобуття освіти

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**
Змістовий модуль 1. Цінова політика та стратегія ціноутворення в бізнесі. Стратегії ціноутворення в бізнесі і торгівлі.						
Тема 1. Цінова політика фірми та її складові.	24	2	2	-	-	20
Тема 2. Сутність та принципи формування цінової стратегії в бізнесі і торгівлі.	24	2	2	-	-	20
Тема 3. Види і класифікації цінових стратегій в бізнесі та правила їх адаптації до конкретних ринкових умов. Стратегії ціноутворення як складова загальної політики фірми.	24	2	2	-	-	20
Тема 4. Розробка ефективної цінової стратегії в складі бізнес-стратегії компанії.	20	-	-	-	-	20
Тема 5. Стратегії ціноутворення на міжнародному ринку.	28	-	-	-	-	28
Усього годин	**120**	**6**	**6**	-	-	**108**

в) для дистанційної форми здобуття освіти

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**
Змістовий модуль 1. Цінова політика та стратегія ціноутворення в бізнесі. Стратегії ціноутворення в бізнесі і торгівлі.						
Тема 1. Цінова політика фірми та її складові.	24	-	-	-	-	24
Тема 2. Сутність та принципи формування цінової стратегії в бізнесі і торгівлі.	24	-	-	–	-	24
Тема 3. Види і класифікації цінових стратегій в бізнесі та правила їх адаптації до конкретних ринкових умов. Стратегії ціноутворення як складова загальної політики фірми.	24	-	-	–	-	24
Тема 4. Розробка ефективної цінової стратегії в складі бізнес-стратегії компанії.	20	-	-	-	-	20
Тема 5. Стратегії ціноутворення на міжнародному ринку.	28	-	-	-	-	28
Усього годин	**120**	-	-	-	-	**120**

9. Перелік питань для семінарських занять

Тема заняття та перелік питань	Кількість годин		
	для денної форми	для заочної форми	для дистанційної форми
Семінарські заняття не передбачені			

10. Перелік питань для практичних занять

Тема заняття та перелік питань	Кількість годин		
	для денної форми	для заочної форми	для дистан-ційної форми
Практичне заняття № 1. Калькуляція ціни та витрат обігу 1. Розрахувати закупівельну й продажну ціну. 2. Порівняти націнку, маржу та рентабельність із зазначенням бази. 3. Оцінити вплив витрат доставки й повернення товару. Результат: ціновий паспорт товару.	2	2	0
Практичне заняття № 2. Вибір стратегії за еластичністю попиту 1. Оцінити еластичність за заданими даними. 2. Розрахувати беззбитковий обсяг продажів. 3. Порівняти дві стратегії за маржинальним результатом і ризиками. Результат: аналітичне обґрунтування цінової стратегії.	2	2	0
Практичне заняття № 3. Стратегія ціноутворення товарної категорії 1. Визначити ролі товарів і цінові сегменти. 2. Порівняти EDLP та Hi-Lo для заданого асортименту. 3. Перевірити узгодженість цінових сходинок. Результат: матриця цін товарної категорії.	2	2	0
Практичне заняття № 4. Оцінювання промоакції та знижок 1. Розрахувати необхідний приріст продажів після знижки. 2. Урахувати заміщення продажів інших товарів і списання. 3. Обрати акційну пропозицію за додатковим маржинальним доходом. Результат: розрахунок комерційного ефекту акції.	2	0	0
Практичне заняття № 5. Ціна й результат замовлення на маркетплейсі 1. Урахувати комісію, логістику, платіж та повернення. 2. Розрахувати мінімально прийнятну і цільову ціну. 3. Порівняти дохідність власного й платформного каналів. Результат: канальна модель ціноутворення.	2	0	0
Практичне заняття № 6. Захист адаптивної цінової політики 1. Сформулювати правила й межі зміни ціни. 2. Провести тест сценаріїв витрат і попиту. 3. Обґрунтувати прозорі умови акцій та контроль ризиків. Результат: ціновий регламент та короткий захист.	2	0	0
Практичне заняття № 7. Формування зовнішньоторговельної ціни 1. Узгодити валюту, одиницю товару та умови поставки. 2. Розподілити логістичні й страхові витрати. 3. Порівняти пропозиції за сукупною вартістю. Результат: калькуляція міжнародної комерційної пропозиції.	2	0	0

Тема заняття та перелік питань	Кількість годин		
	для денної форми	для заочної форми	для дистан-ційної форми
Практичне заняття № 8. Валютний стрес-тест цінової стратегії 1. Змінити валютний курс і тариф доставки за сценаріями. 2. Визначити межу прийнятної маржі. 3. Обґрунтувати перегляд ціни та захист пропозиції. Результат: сценарний розрахунок і рекомендація.	2	0	0
Усього годин	**16**	**6**	**0**

11. Перелік питань для лабораторних занять

Тема заняття та перелік питань	Кількість годин		
	для денної форми	для денної форми	для денної форми
Лабораторні заняття не передбачені			

12. Самостійна робота

Метою самостійної роботи здобувача вищої освіти є: робота з бібліотечними фондами і каталогами, працювати з історичними та літературними джерелами, складати конспекти, аналізувати матеріал, порівнювати різні наукові концепції та робити висновки.

Види самостійної роботи студента:

– опрацювання лекційного матеріалу;

– підготовка до практичних занять;

– опрацювання тем курсу, які виносяться на самостійне вивчення, за списками літератури, рекомендованими в робочій навчальній програмі дисципліни;

– підготовка до виконання модульної контрольної роботи (тестування);

– відвідування консультацій (згідно графіку консультацій кафедри);

– підготовка до складання диференційованого заліку за контрольними питаннями.

Питання
для самостійного вивчення студентами

№ п/п	Перелік питань	Кількість годин		
		для денної форми	для заочної форми	для дистанційної форми
Змістовий модуль 1. Цінова політика та стратегія ціноутворення в бізнесі. Стратегії ціноутворення в бізнесі і торгівлі.				
Тема 1. Цінова політика фірми та її складові.				
1	Цінова політика фірми: поняття та склад. Етапи побудови цінової політики фірми. Принципи і чинники формування цінової політики.	3	4	5
2	Вплив ринкової кон'юнктури на формування цінової політики. Шляхи реалізації цінової політики фірми.	3	4	5
3	Цінова політика за напрямом діяльності фірми:	4	4	5

	особливості побудови. Цінова політика за витратного ціноутворення.			
4	Цілі підприємства на ринку та політика ціноутворення. Конкурентна стратегія фірми та ціноутворення в бізнесі і торгівлі. Сучасні підходи і тактики ціноутворення . Цінова стратегія підприємства та фактори, що на неї впливають.	2	4	5
5	Характеристика основних методів маркетингового ціноутворення в бізнесі і торгівлі. Формування цінової стратегії підприємства. Підстави для зміни цін (вибір цілей ціноутворення). Цінова тактика і цінова стратегія виробника, їх сутність.	4	4	4
Тема 2. Сутність та принципи формування цінової стратегії в бізнесі і торгівлі.				
6	Характеристика поняття «цінова стратегія». Роль цінової стратегії в загальній стратегії фірми. Життєвий цикл товару при формуванні цінової стратегії фірми.	5	4	5
7	Фактори впливу на формування цінової стратегії в бізнесі і торгівлі. Принципи вибору цінової стратегії в маркетинговій діяльності. Цінові стратегії у торгівлі. Види цінових стратегій, їх особливості в торговельної діяльності.	5	4	5
8	Оцінка ефективності цінової стратегії. Формування цінової стратегії в бізнесі і торгівлі. Порядок розробки цінової стратегії.	4	4	5
9	Основні етапи розробки цінової стратегії. Можливі цінові стратегії на різних етапах життєвого циклу товарів.	4	4	5
10	Цінова стратегія фірми в ринковій ситуації. Маркетингова інформація при виборі цінової стратегії. Поняття про життєвий цикл торгівельного підприємства.	4	4	4
Тема 3. Види і класифікації цінових стратегій в бізнесі та правила їх адаптації до конкретних ринкових умов. Стратегії ціноутворення як складова загальної політики фірми.				
11	Економічні характеристики окремих типів стратегій ціноутворення. Умови використання стратегії низьких цін. Умови реалізації стратегії високих цін.	5	4	5
12	Фактори ціноутворення, що впливають на вибір цінової стратегії. Встановлення остаточних цін. Аналіз ефективності цінової стратегії підприємства.	5	4	5
13	Дайте характеристику ціновим стратегіям, які визначаються рівнем цін. Класичні цінові стратегії в бізнесі і торгівлі.	5	4	5
14	Сутність маркетингових стратегій у ціновій політиці фірми в умовах динамічних змін зовнішнього середовища. Особливості формування маркетингових цінових стратегій на українських підприємствах.	4	4	5
15	Форми диференціації цін в бізнесі і торгівлі. Характеристика процесу вибору цінової стратегії українськими підприємствами.	5	4	4
Тема 4. Розробка ефективної цінової стратегії в складі бізнес-стратегії компанії.				
16	Адаптація цінової стратегії в бізнесі і торгівлі. Коригування базової ціни.	2	4	4

17	Цінові стратегії і тактичні кроки, спрямовані на розвиток бізнесу компанії.	2	4	4
18	Цінові знижки та ефективність їх застосування в складі бізнес-стратегії компанії.	2	4	4
19	Ефективні стратегії ціноутворення та їх впровадження в бізнесі.	2	4	4
20	Типи цінових стратегій розвитку, характерних для компаній різних галузей.	2	4	4
Тема 5. Стратегії ціноутворення на міжнародному ринку.				
21	Види світових цін. Цінові ситуації, що виникають залежно від ступеня інтернаціоналізації діяльності фірми та завдань ціноутворення.	4	5	5
22	Послідовність маркетингових дій існує в міжнародному ціноутворенні. У чому полягає сутність розробки цінової стратегії?	4	5	5
23	Цінові стратегії фірми залежно від цілей фірми на зовнішньому ринку.	3	5	10
24	Цінові стратегії може застосовувати фірма на зарубіжному ринку щодо показників "ціна - якість"?	3	5	5
25	Міжнародні цінові стратегії та технології їх реалізації.	2	8	3
	Разом	**88**	**108**	**120**

13. Індивідуальні завдання

Не передбачено планом

14. Методи навчання

При викладанні дисципліни застосовуються словесні, наочні та практичні методи навчання.

Словесні та наочні методи навчання використовуються під час лекцій та практичних занять, індивідуальних та групових консультацій.

Під час проведення лекцій та практичних занять використовуються такі словесні методи як розповідь і пояснення.

До числа наочних методів, які застосовуються при викладанні дисципліни, належать: ілюстрація, демонстрація.

Вибір практичних методів залежить від дисципліни, яка вивчається.

Методи навчання, які дозволяють формувати soft skills: робота в команді, ділові ігри, дебати, кейс-методи, дискусії.

15. Методи контролю

Поточний контроль успішності засвоєннями студентами навчального матеріалу здійснюється шляхом оцінювання знань студентів під час практичних занять, оцінювання виконання студентами самостійної роботи, тестування або в ході індивідуальних співбесід зі студентами під час консультацій. Вибір конкретних форм і методів поточного контролю знань студентів залежить від викладача і доводиться до їхнього відома на першому практичному занятті.

Підсумковий контроль – диференційований залік, проводиться в письмовій формі під час екзаменаційної сесії за умови виконання графіку навчального процесу при наявності рейтингової оцінки за теоретичний курс 35 і більше балів. Диференційований залік проводиться відповідно навчального плану в формі тестування.

16. Розподіл балів, які отримують студенти

Нарахування балів з навчальної дисципліни «Тренінг-курс: «Цінові стратегії в бізнесі і торгівлі»» за видами робіт денна форма навчання

Види робіт/ контролю	Перелік тем							
	Тема 1	Тема 2	Тема 3		Тема 4		Тема 5	
	Практичне заняття							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Опитування			2		2		2	
Тестування	4	4	4		4		4	
Виконання практичних завдань	3	3	3	3	3	3	3	3
Виконання завдань самостійної роботи	4	4	4		4		4	
Всього за темами	11	11	16		16		16	
Диференційований залік	30							
Всього за результатами вивчення навчальної дисципліни	100							

Нарахування балів з навчальної дисципліни «Тренінг-курс: «Цінові стратегії в бізнесі і торгівлі»» за видами робіт заочна форма навчання

Види робіт/ контролю	***Перелік тем***				
	Тема 1	*Тема 2*	*Тема 3*	*Тема 4*	*Тема 5*
	Практичне заняття				
	1	**2**	**3**		
Опитування	*3*	*3*	*3*		
Тестування	*3*	*3*	*3*		
Виконання практичних завдань	*4*	*4*	*4*		
Виконання завдань самостійної роботи	*8*	*8*	*8*	*8*	*8*
Всього за темами	**18**	**18**	**18**	**8**	**8**
Диференційований залік	***30***				
Всього за результатами вивчення навчальної дисципліни	***100***				

Схема нарахування балів для дистанційної форми здобуття освіти з навчальної дисципліни за видами робіт

Види робіт/ контролю	***Перелік тем***				
	Тема 1	*Тема 2*	*Тема 3*	*Тема 4*	*Тема 5*
Контрольна робота			*10*		*10*
Виконання завдань самостійної роботи	*10*	*10*	*10*	*10*	*10*
Всього за темами	**10**	**10**	**20**	**10**	**20**
Диференційований залік	***30***				
Всього за результатами вивчення навчальної дисципліни	***100***				

Шкала та критерії оцінювання відповіді за результатами опитування

Бали для денної форми здобуття освіти	Бали для заочної форми здобуття освіти	Критерії оцінювання
2	3	Питання розкрито повністю, що свідчить про відмінне засвоєння матеріалу відповідно вказаних програмних результатів навчання. Студент вільно володіє науково-понятійним апаратом.
1	1-2	Механічне відтворення матеріалу з деякими помилками, неточності у використанні науково-понятійного апарату.
0	0	Відсутність відповіді на теоретичне питання, що не дає можливість оцінити формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти.

Шкала та критерії оцінювання виконання практичних завдань

Бали для денної форми здобуття освіти	Бали для заочної форми здобуття освіти	Критерії оцінювання
3	4	Виконано завдання практичної роботи в повному обсязі, належним чином оформлено висновки, в яких відображено здатність до практичного застосування отриманих знань.
2	2	Виконано завдання практичної роботи із несуттєвими помилками або не в повному обсязі, оформлено висновки, які частково розкривають практичне завдання.
0	0	Не виконано практичну роботу або виконано із суттєвими помилками.

Оцінювання тестування:

- для денної форми здобуття освіти: кожна правильна відповідь оцінюється у фіксовану кількість балів (наприклад, 0,4×10=4);
- для заочної форми здобуття освіти: кожна правильна відповідь оцінюється у фіксовану кількість балів (наприклад, 0,3×10=3);
- правильність відповідей перевіряється відповідно до ключа тестів.

Шкала та критерії оцінювання виконання завдань самостійної роботи

Бали для денної форми здобуття освіти	Бали для заочної форми здобуття освіти	Бали для дистанційної форми здобуття освіти	Критерії оцінювання
4	6-8	6-10	Виконання завдань самостійної роботи здійснене у повному обсязі, не містить помилок, що дає можливість оцінити формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти на високому рівні.
2	1-5	1-5	Виконання завдань самостійної роботи здійснене не

			у повному обсязі, містить несуттєві помилки, що дає можливість оцінити рівень формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти як достатній.
0	0	0	Завдання самостійної роботи не виконано та/або результати не відповідають поставленим завданням та/або завдання виконано із суттєвими помилками.

Шкала та критерії оцінювання виконання контрольної роботи для дистанційної форми здобуття освіти

Бали	Критерії оцінювання
10	Відповідь надана у письмовій формі, повна (не менше 90% потрібної інформації) та правильна.
8-9	Відповідь надана у письмовій формі, достатньо повна (не менше 75% потрібної інформації) або повна з незначними неточностями.
6-7	Відповідь надана у письмовій формі, неповна (не менше 60% потрібної інформації) з несуттєвими помилками.
4-5	Відповідь надана у письмовій формі, коротка (менше 30% потрібної інформації) із помилками.
1-3	Відповідь надана у письмовій формі, коротка (менше 15% потрібної інформації) із суттєвими помилками
0	Відповідь відсутня.

Шкала та критерії оцінювання знань здобувачів вищої освіти результатами складання диференційованого заліку у формі тестування

Завдання	Бали	Критерії оцінювання
Тестування	0-30	Кожна правильна відповідь оцінюється у фіксовану кількість балів (1×30=30), правильність відповідей перевіряється відповідно до ключа тестів.

Шкала оцінювання результатів вивчення навчальної дисципліни

Сума балів	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A- відмінно	Відмінно
82-89	B – дуже добре	Добре
74-81	C - добре	
64-73	D - задовільно	Задовільно
60-63	E - достатньо	
35-59	FX – незадовільно з можливістю повторного складання	Незадовільно
0-34	F – незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	

Правила модульно-рейтингового оцінювання знань

Загальна Загальна трудомісткість дисципліни – 100 балів, із них: 70 балів відведено на поточний контроль, а 30 балів – на підсумковий.

1. Поточний контроль. Бали, отримані впродовж семестру, за видами навчальної діяльності розподіляються наступним чином (розподіл орієнтовний):

- робота на практичних заняттях (відповіді, виконання практичних завдань, а в разі їх пропусків з поважної причини – індивідуальні співбесіди на консультаціях за темами відповідних занять);

Присутність на лекціях і практичних заняттях не оцінюється в балах. Пропуски занять підлягають обов'язковому відпрацюванню в індивідуальному порядку під час консультацій. Пропущене заняття має бути відпрацьоване впродовж двох наступних тижнів, при тривалій відсутності студента на заняттях з поважної причини встановлюється індивідуальний графік відпрацювання пропусків, але не пізніше початку екзаменаційної сесії.

Студент, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку не менше 35 балів, допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

2. Підсумковий контроль. Підсумковим контролем є диференційований залік. Здійснюється відповідно до вимог «Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

17. Методичне забезпечення

1. Методичні рекомендації щодо змісту та організації практичної роботи з дисципліни «Тренінг-курс: «Цінові стратегії в бізнесі і торгівлі»» для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D7 Торгівля ОП «Бізнес і торгівля» (укладач: Чичуліна К.В.). Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2025. – 57с.

2. Методичні рекомендації щодо змісту та організації самостійної роботи з дисципліни «Тренінг-курс: «Цінові стратегії в бізнесі і торгівлі»» для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D7 Торгівля ОП «Бізнес і торгівля» (укладач: Чичуліна К.В.). Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2025. – 22с.

18. Рекомендована література

Базова

1. Про ціни і ціноутворення : Закон України від 21.06.2012 р. № 5007-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17

2. Кодекс цивільного захисту України : Кодекс України від 02.10.2012 р. № 5403-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5403-17

3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» : затв. наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99

4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14

5. Податковий кодекс України : Кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17

6. Бучнєв М. М. Маркетингове ціноутворення : навч. посіб. Київ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2023. 134 с. DOI: https://doi.org/10.33216/TutorialSNU(17-03-03-2023)-2023-134

7. Ціни і ціноутворення : підручник / за ред. А. В. Непрана, І. А. Дмитрієва. Харків : ПП Іванченка, 2024. 446 с.

8. Завербний А. С., Ніценко Д. О. Цінові стратегії підприємства: сутність, види, проблеми формування. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 44. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-2

9. Голуб В. В. Сучасна роль ціноутворення у формуванні маркетингової політики в підприємницькій діяльності. *Підприємництво і торгівля*. 2024. № 41. DOI: https://doi.org/10.32782/2522-1256-2024-41-02

10. Nagle T. T., Müller G., Gruyaert E. The Strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Growing More Profitably. 7th ed. Routledge, 2023. 336 p.

Допоміжна

1. Командровська В. Є., Кривицька Н. Ю., Дудар В. С. Взаємозв'язок ціноутворення та конкурентоспроможності підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2024. Вип. 87. DOI: https://doi.org/10.32782/bses.87-4

2. Трушкіна Н. В., Кузьменко О. А. Маркетингова цінова стратегія підприємства: бібліометричний аналіз досліджень. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2026. № 1. DOI: https://doi.org/10.37734/2409-6873-2026-1-26

3. Yang J. Y. The Pricing Compass: Finding the Solution to Your Pricing Puzzle. Cham : Springer, 2024. 145 p. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-52060-0

4. Rekettye G., Liu J., Danyi P. Pricing for Strategic Managers: The Theory and Practice of Implementing Pricing Decisions. 2nd ed. Cham : Palgrave Macmillan, 2025. 331 p. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-90526-1

5. Чичуліна К. В. Удосконалення цінової та збутової політики ринку енергосервісних послуг (на матеріалах ТОВ «ЕСКО-ЛТАВА»). *Ефективна економіка*. 2025. № 10. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.10.47

6. Чичуліна К. В., Скриль В. В. Стимулювання збуту в умовах конкурентного ринку: досвід провідних компаній. *Економіка і регіон*. 2024. № 3 (94). С. 94–104. DOI: https://doi.org/10.26906/EiR.2024.3(94).3487

15. Інформаційні ресурси

1. Дистанційний курс дисципліни «Тренінг-курс: «Цінові стратегії в бізнесі і торгівлі». Режим доступу: https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=3518
2. Офіційний сайт Верховної Ради України. Режим доступу: http://www.rada.kiev.ua
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua
4. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України. Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua
5. Офіційний сайт Міністерства економіки України. Режим доступу: http://www.me.gov.ua
6. Офіційний сайт Міністерства освіти і науки України. Режим доступу: http://www.mon.gov.ua
7. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua
8. Офіційний сайт Національного банку України. Режим доступу: http://www.bank.gov.ua
9. Офіційний сайт Ради підприємців України при КМУ. Режим доступу: http://www.radakmu.org.ua