



Робоча програма дисципліни «Ціноутворення з використанням управлінських інформаційних систем і технологій»

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 123 · КОМП'ЮТЕРНА ІНЖЕНЕРІЯ

БАКАЛАВР

120

Годин

Загальний обсяг дисципліни

4

Кредити ЄКТС

Відповідно до стандарту

4

Модулi

Змістовних блоки курсу

Загальна інформація про дисципліну

Ідентифікація

Назва: Ціноутворення

Спеціальність: 123 Комп'ютерна інженерія

Освітня програма: Фінанси, банківська справа та страхування в управлінських інформаційних системах і технологіях

Ступінь: Бакалавр

Обсяг: 120 годин / 4 кредити ЄКТС

Модулів: 4 змістовних блоки

Підсумковий контроль: залік

Призначення дисципліни

Дисципліна «Ціноутворення з використанням управлінських інформаційних систем і технологій» формує у студентів системне розуміння теоретичних основ і практичних механізмів ціноутворення у ринковому середовищі з урахуванням специфіки інформаційних систем і технологій у фінансовому секторі. Курс охоплює економічну сутність ціни, методи ціноутворення, цінову стратегію та політику підприємства, державне регулювання цін, а також ціноутворення на ринках фінансових та інформаційних продуктів і послуг.

Дисципліна є обов'язковою для підготовки бакалаврів зі спеціальності 123 «Комп'ютерна інженерія» за освітньою програмою «Фінанси, банківська справа та страхування в управлінських інформаційних системах і технологіях» та забезпечує формування необхідних загальних і фахових компетентностей.

Загальні компетентності

Аналітичне мислення

Здатність до аналізу, синтезу та критичного оцінювання інформації в економічному контексті: виявлення суттєвих даних, порівняння цінових альтернатив, формування обґрунтованих висновків щодо цінової політики та висловлення власної позиції.

Самоорганізація

Уміння самостійно навчатися, планувати роботу та організовувати виконання завдань у визначені строки, зокрема під час підготовки аналітичних записок, розрахункових робіт і презентацій з ціноутворення.

Комунікація

Здатність до усної та письмової професійної комунікації: чітко пояснювати цінові механізми, аргументовано відповідати на запитання, оформлювати звіти та аналітичні записки з аналізу цін.

Командна робота

Відповідальність, ініціативність, дисциплінованість та готовність працювати в команді під час групового аналізу цінових кейсів, обговорення стратегій ціноутворення та спільного пошуку оптимальних цінових рішень.

Студент повинен вміти: аналізувати навчальну, статистичну та нормативну інформацію у сфері ціноутворення; виділяти головне та узагальнювати результати цінового аналізу; планувати власну діяльність і дотримуватися дедлайнів; коректно спілкуватися з викладачами та одногрупниками; брати участь у командній роботі та розподіляти обов'язки.

Фахові компетентності

Теорія ціноутворення

Розуміння економічної сутності ціни, її функцій та ролі у ринковому механізмі. Знання теоретичних основ ціноутворення, класифікації цін, принципів формування цінової моделі та взаємозв'язку між ціною, попитом і пропозицією на ринках різних типів.

Методи і стратегії ціноутворення

Здатність застосовувати методи ціноутворення (витратний, ринковий, нормативно-параметричний), розробляти та обґрунтовувати цінові стратегії підприємства з урахуванням ринкових умов, конкуренції та специфіки інформаційних продуктів і послуг.

Цінова політика та регулювання

Знання механізмів державного регулювання цін в Україні, особливостей ціноутворення на фінансові послуги, програмне забезпечення, IT-рішення та цифрові продукти; уміння орієнтуватися в нормативно-правовій базі у сфері цін.

Студент повинен вміти: розраховувати ціни різними методами; аналізувати структуру ціни та цінову еластичність попиту; обирати цінову стратегію залежно від типу ринку і продукту; оцінювати вплив державного регулювання на формування цін; застосовувати сучасні підходи до ціноутворення на ринках IT-продуктів та фінансових послуг.

Результати навчання

→ Пояснення цінових категорій

Пояснювати економічну сутність ціни, її функції та класифікацію; характеризувати теорії ціноутворення, механізм формування ринкових цін, вплив попиту, пропозиції та конкуренції на рівень цін.

→ Розробка цінової стратегії

Розробляти та обґрунтовувати цінові стратегії підприємства; характеризувати особливості ціноутворення за різних типів ринкових структур; застосовувати методи оцінки ефективності цінової політики.

→ Розрахунок і аналіз цін

Розраховувати ціни з використанням витратного, ринкового та нормативно-параметричного методів; аналізувати структуру ціни, еластичність попиту та вплив цінових змін на результати діяльності підприємства.

→ Нормативно-правова база

Орієнтуватися в нормативно-правовій базі у сфері ціноутворення та державного регулювання цін в Україні; застосовувати законодавчі та інформаційні джерела для прийняття обґрунтованих цінових рішень у фінансовому та ІТ-секторі.

Теоретичні основи ціноутворення

Тема 1.1

Економічна сутність ціни та її функції.
Ціна як економічна категорія, теорії
ціноутворення, класифікація цін, склад і
структура ціни промислового виробу.

Тема 1.2

Ринковий механізм формування цін.
Попит, пропозиція та ринкова
рівновага; вплив конкуренції та
монополії на ціноутворення; цінова
еластичність попиту.

Тема 1.3

Собівартість як основа ціни. Витрати
виробництва, їх класифікація; склад
собівартості та її роль у формуванні ціни;
прибуток у ціні та податкові складові.

Тема 1.1 — Лекційний матеріал

Економічна сутність ціни та її функції

Лекція 1–2 (4 год.): Ціна як економічна категорія: сутність та значення в ринковій економіці. Основні теорії ціноутворення: трудова теорія вартості, теорія граничної корисності, теорія попиту і пропозиції. Функції ціни: облікова, розподільча, стимулювальна, інформаційна, балансувальна.

Класифікація цін: за сферою обігу (оптові, роздрібні, закупівельні); за ступенем регулювання (вільні, регульовані, фіксовані); за способом встановлення (договірні, тендерні, преїскурантні); за галузевою належністю; ціни на фінансові послуги та ІТ-продукти.

Ключові питання лекції

- Поняття та економічна сутність ціни як ринкової категорії
- Теорії ціноутворення та їх практичне застосування
- Функції ціни в економічній системі
- Класифікація цін за різними критеріями
- Склад і структура ціни: собівартість, прибуток, акциз, ПДВ, торговельна надбавка
- Особливості ціни на інформаційні продукти та фінансові послуги
- Методологічні основи ціноутворення

❑ Нормативна база: Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 21.06.2012 № 5007-VI; Податковий кодекс України.

Тема 1.1 — Практичне заняття та СРС

Практичне заняття (2 год.)

Завдання 1. Аналіз структури ціни: розкладення ціни товару/послуги на складові елементи (собівартість, прибуток, ПДВ, торговельна надбавка). Розрахунок питомої ваги кожного елементу.

Завдання 2. Класифікація цін для заданого переліку товарів і послуг (програмне забезпечення, банківський кредит, роздрібний товар, комунальна послуга). Обґрунтування відповіді.

Завдання 3. Тестування за ключовими термінами теми (10 питань).

Самостійна робота (5 год.)

- Опрацювання Закону України «Про ціни і ціноутворення» від 21.06.2012 № 5007-VI та конспектування ключових положень
- Опрацювання навч. посіб.: Матвеева Н. М., Серьогіна Д. О., Жовтяк Г. А. «Ціноутворення» — розділ 1 «Теоретичні засади формування моделі ціни»
- Складання схеми «Класифікація цін в Україні» з прикладами для ІТ- та фінансового секторів
- Аналіз динаміки цін на споживчому ринку України за даними Держстату (ukrstat.gov.ua)

Очікуваний результат: студент вміє пояснювати економічну сутність ціни, характеризувати її функції, класифікувати ціни та аналізувати їх структуру.

Тема 1.2 — Лекційний матеріал

Ринковий механізм формування цін

Лекція 3 (2 год.): Ринок як механізм узгодження попиту та пропозиції. Закон попиту та цінова еластичність попиту: поняття, коефіцієнт, інтерпретація (еластичний, нееластичний, одинично еластичний попит). Практичне застосування еластичності для прийняття цінових рішень. Закон пропозиції, ринкова рівновага та рівноважна ціна.

Ціноутворення за різних ринкових структур: досконала конкуренція (ціна = граничні витрати), монополістична конкуренція (диференціація продукту), олігополія (цінові війни, картельне ціноутворення), монополія (цінова влада, дискримінація). Вплив ринкової структури на цінову стратегію ІТ-компаній і фінансових установ.

Ключові питання лекції

- Закон попиту та чинники його зміни
- Цінова еластичність попиту: формула, значення, приклади
- Закон пропозиції та ринкова рівновага
- Конкуренція і монополія як чинники ціноутворення
- Класифікаційні ознаки ринкових структур
- Ціноутворення в умовах досконалої конкуренції та монополії
- Особливості ціноутворення на ринку ІТ-послуг (мережеві ефекти, нульові граничні витрати)

Тема 1.2 — Практичне заняття та СРС

Практичне заняття (2 год.)

Завдання 1. Розрахунок коефіцієнта цінової еластичності попиту для заданих товарів і послуг. Висновки щодо доцільності зміни ціни та її впливу на виручку підприємства.

Завдання 2. Визначення типу ринкової структури для заданих галузей (банківські послуги, мобільний зв'язок, хмарні технології, роздрібна торгівля). Обґрунтування цінової поведінки підприємства.

Завдання 3. Міні-дискусія: «Як ринкова структура впливає на ціноутворення ІТ-гігантів?» — аргументація позиції.

Самостійна робота (5 год.)

- Опрацювання підручника: Непран А. В., Дмитрієв І. А. (ред.) «Ціни і ціноутворення» — глава Б «Ціноутворення в умовах різних типів ринкових структур»
- Підготовка аналітичної записки: «Особливості ціноутворення на ринку хмарних сервісів в Україні» (1–2 сторінки)
- Складання порівняльної таблиці ціноутворення за типами ринкових структур
- Пошук статистичних даних на сайті Держстату (ukrstat.gov.ua) щодо динаміки цін у різних галузях

Очікуваний результат: студент вміє розраховувати цінову еластичність попиту, характеризувати ціноутворення за різних ринкових структур та застосовувати отримані знання до аналізу ІТ-ринків.

Тема 1.3 — Лекційний матеріал

Собівартість як основа ціни

Лекція 4 (2 год.): Собівартість як вихідна база ціни. Класифікація витрат: за економічними елементами (матеріальні витрати, оплата праці, відрахування, амортизація, інші); за статтями калькуляції; прямі та непрямі витрати; постійні та змінні витрати. Структура собівартості в ІТ-сфері та фінансовому секторі (висока частка оплати праці та амортизації нематеріальних активів).

Прибуток і податки у ціні: поняття та норматив рентабельності; включення акцизного збору та ПДВ до ціни; торговельна (посередницька) надбавка: поняття, максимальні розміри для регульованих товарів, порядок формування.

Структура ціни

1. Виробнича собівартість
2. Адміністративні витрати та витрати на збут
3. Прибуток виробника
4. Акцизний збір (для підакцизних товарів)
5. Податок на додану вартість (ПДВ, 20%)
6. Постачальницько-збутова надбавка
7. Торговельна надбавка
8. Роздрібна ціна

Тема 1.3 — Практичне заняття та СРС

Практичне заняття (2 год.)

Задача 1. Формування відпускної ціни виробника: розрахунок повної собівартості, встановлення нормативу рентабельності, включення ПДВ. Визначення питомої ваги кожного елементу в ціні.

Задача 2. Розрахунок роздрібною ціни з урахуванням постачальницько-збутової та торговельної надбавок. Аналіз зміни структури ціни на різних етапах товарного ланцюга.

Задача 3. Порівняльний аналіз структури ціни програмного продукту та матеріального товару: виявлення відмінностей і особливостей.

Самостійна робота (5 год.)

- Опрацювання навч. посіб.: Матвєєва Н. М., Серьогіна Д. О., Жовтяк Г. А. «Ціноутворення» — розділ 2 «Методи ціноутворення: склад ціни і формування її елементів»
- Підготовка порівняльної таблиці «Структура витрат у ціні: традиційне виробництво vs ІТ-продукт»
- Ознайомлення з Податковим кодексом України в частині ПДВ та акцизного збору
- Розв'язання типових задач на формування ціни (4 задачі)

Очікуваний результат: студент вміє формувати структуру ціни, розраховувати відпускну та роздрібну ціни, пояснювати особливості ціноутворення для ІТ-продуктів.

Методи ціноутворення

Тема 2.1

Витратні методи ціноутворення: метод повних витрат, метод змінних витрат (директ-костинг), метод граничних витрат, метод цільового прибутку, аналіз беззбитковості.

Тема 2.3

Нормативно-параметричні методи: метод питомих показників, метод балів, метод регресійного аналізу, агрегатний метод. Застосування при ціноутворенні на нову техніку, IT-рішення та програмне забезпечення.

Тема 2.2

Ринкові методи ціноутворення: метод орієнтації на попит (цінність для споживача), метод орієнтації на конкурентів, тендерне ціноутворення, психологічне ціноутворення.

Тема 2.4

Система знижок і надбавок у ціні. Класифікація знижок (функціональні, кількісні, сезонні, дилерські), методи їх розрахунку та умови застосування в IT та фінансовій сфері.

Тема 2.1 — Лекційний матеріал

Витратні методи ціноутворення

Лекція 5–6 (4 год.): Витратний підхід до ціноутворення: загальна характеристика та умови застосування. **Метод повних витрат:** принцип «собівартість + прибуток», переваги (простота, обґрунтованість витрат) та недоліки (ігнорування попиту). **Метод змінних витрат (директ-костинг):** розрахунок ціни на основі змінних витрат і маржинального доходу; застосування для прийняття короткострокових цінових рішень.

Метод граничних витрат: ціноутворення на основі граничних витрат виробництва; застосування в умовах надлишкових потужностей. **Метод цільового прибутку:** встановлення ціни, що забезпечує заданий рівень прибутку при запланованому обсязі продажів.

Аналіз беззбитковості у ціноутворенні

Точка беззбитковості як інструмент прийняття цінових рішень: розрахунок мінімальної ціни, при якій підприємство не зазнає збитків. Графічний та аналітичний методи визначення точки беззбитковості.

Ключові формули

- Ціна (метод повних витрат) = Повна собівартість $\times$ (1 + R), де R — норма рентабельності
- Ціна (директ-костинг) = Змінні витрати + Маржинальний дохід на одиницю
- Ціна беззбитковості = (Постійні витрати / Обсяг) + Змінні витрати на одиницю
- Маржинальний дохід = Виручка – Змінні витрати

Тема 2.1 — Практичне заняття та СРС

Практичне заняття (2 год.)

Задача 1. Розрахунок ціни методом повних витрат для умовного ІТ-підприємства: визначення повної собівартості розробки програмного продукту, встановлення норми рентабельності, розрахунок відпускної ціни.

Задача 2. Розрахунок ціни методом директ-костинг: виокремлення постійних і змінних витрат, визначення маржинального доходу, обґрунтування мінімальної ціни для додаткового замовлення.

Задача 3. Визначення точки беззбитковості в натуральному та вартісному виразі. Аналіз впливу зміни ціни на точку беззбитковості.

Самостійна робота (5 год.)

- Опрацювання підручника: Непран А. В., Дмитрієв І. А. (ред.) «Ціни і ціноутворення» — глава 5 «Методи ціноутворення» (розділи 5.2.1–5.2.4)
- Підготовка порівняльної таблиці витратних методів ціноутворення: переваги, недоліки, умови застосування
- Розв'язання типових задач на розрахунок цін витратними методами (5 задач)
- Підготовка есе: «Особливості застосування витратного підходу до ціноутворення ІТ-продуктів»

Очікуваний результат: студент вміє застосовувати витратні методи ціноутворення, розраховувати точку беззбитковості та обґрунтовувати мінімальну ціну продукту.

Тема 2.2 — Лекційний матеріал

Ринкові методи ціноутворення

Лекція 7 (2 год.): Ринкові методи ціноутворення: загальна характеристика та відмінність від витратного підходу. **Метод орієнтації на попит (ціннісне ціноутворення):** визначення цінності продукту для споживача, готовність платити (Willingness to Pay), сегментація за ціновою чутливістю. Застосування для SaaS-продуктів та фінансових послуг (підписні моделі, freemium).

Метод орієнтації на конкурентів: ціноутворення за рівнем конкурентних цін, метод «слідування за лідером», конкурентний моніторинг цін. **Тендерне ціноутворення:** специфіка формування ціни при участі в тендерах на IT-замовлення; методи розрахунку тендерної ціни.

Психологічне ціноутворення

Психологічні методи: «некруглі» ціни (99,99 грн замість 100 грн), ціни-приманки (anchor pricing), ефект контрасту, цінові пакети (bundling). Особливості застосування психологічного ціноутворення у цифрових магазинах, маркетплейсах та при продажу фінансових продуктів.

- Динамічне ціноутворення (dynamic pricing): алгоритми, приклади (Uber, авіаквитки, хотелі)
- Підписні моделі ціноутворення (subscription pricing): SaaS, стрімінг, фінтех
- Freemium-модель та її економічна логіка

Тема 2.2 — Практичне заняття та СРС

Практичне заняття (2 год.)

Задача 1. Обґрунтування ціни ціннісним методом: визначення референтної цінності та диференційованої цінності продукту для цільового сегменту. Розрахунок максимально допустимої ціни.

Задача 2. Порівняльний аналіз цінових стратегій: для трьох умовних ІТ-підприємств (стартап, SaaS-платформа, системний інтегратор) — обґрунтування оптимального методу ціноутворення.

Задача 3. Кейс: аналіз цінової моделі відомого цифрового сервісу (Apple App Store, Google Play, хмарний сервіс). Виявлення застосованих методів ціноутворення.

Самостійна робота (5 год.)

- Опрацювання підручника: Непран А. В., Дмитрієв І. А. (ред.) «Ціни і ціноутворення» — глава 5, розділ 5.3 «Ринкові методи ціноутворення»
- Підготовка аналітичної записки: «Моделі ціноутворення на ринку SaaS-рішень в Україні» (1–2 сторінки)
- Підготовка порівняльної таблиці ринкових методів ціноутворення
- Розв'язання задач на розрахунок цін ринковими методами (4 задачі)

Очікуваний результат: студент вміє застосовувати ринкові методи ціноутворення, обирати оптимальну модель залежно від типу продукту та цільового ринку.

Тема 2.3 — Лекційний матеріал

Нормативно-параметричні методи ціноутворення

Лекція 8 (2 год.): Нормативно-параметричні методи: загальна характеристика та умови застосування для встановлення цін на нові та модифіковані вироби. **Метод питомих показників:** встановлення ціни пропорційно до головного якісного параметру (потужність, продуктивність, ємність). **Агрегатний метод:** підсумування цін окремих конструктивних елементів або вузлів виробу; застосування при ціноутворенні на складне ІТ-обладнання та інформаційні системи.

Метод балів: багатопараметрична оцінка якості продукту через зважену суму балів за кожним параметром; порівняння з базовим виробом. Застосування при оцінці програмних продуктів, систем ERP, CRM тощо.

Метод регресійного аналізу

Метод регресійного аналізу: побудова регресійної моделі залежності ціни від техніко-економічних параметрів виробу; практичне застосування для прогнозування цін на нові модифікації програмного та апаратного забезпечення.

Ключові формули

- Метод питомих показників: $C_n = (C_b / P_b) \times P_n$, де C_b — ціна базового виробу, P — значення основного параметру
- Метод балів: $C_n = C_b \times (B_n / B_b)$, де B — сума зважених балів
- Агрегатний метод: $C = \sum C_i + C_d$, де C_i — ціна i -го елемента, C_d — доплата за комплектацію

Тема 2.3 — Практичне заняття та СРС

Практичне заняття (2 год.)

Задача 1. Розрахунок ціни нової моделі комп'ютерного обладнання методом питомих показників (за параметром продуктивності процесора або обсягу пам'яті). Порівняння з ринковою ціною.

Задача 2. Визначення ціни програмного продукту методом балів: встановлення переліку параметрів (функціональність, надійність, зручність інтерфейсу, підтримка), їх вагових коефіцієнтів та балів. Розрахунок ціни нового продукту.

Задача 3. Агрегатний метод: розрахунок ціни інформаційної системи як суми вартості її компонентів (серверна частина, ліцензії ПЗ, послуги впровадження, технічна підтримка).

Самостійна робота (5 год.)

- Опрацювання навч. посіб.: Матвєєва Н. М., Серьогіна Д. О., Жовтяк Г. А. «Ціноутворення» — розділ «Нормативно-параметричні методи»
- Підготовка аналітичного завдання: порівняння нормативно-параметричних методів ціноутворення та їх застосовність для оцінки ІТ-продуктів
- Розв'язання комплексного завдання: обґрунтування ціни нового програмного рішення трьома різними методами (порівняння результатів)
- Підготовка таблиці «Нормативно-параметричні методи: переваги та обмеження»

Очікуваний результат: студент вміє застосовувати нормативно-параметричні методи для визначення цін на нові та модифіковані ІТ-продукти й інформаційні системи.

Тема 2.4 — Лекційний матеріал

Система знижок і надбавок у ціні

Лекція 9 (2 год.): Поняття знижок і надбавок як інструменту гнучкого ціноутворення. **Класифікація знижок:** функціональні (для учасників каналів збуту), кількісні (обсягові), сезонні, дилерські, за достроковий платіж (сконто), приховані (безкоштовні послуги). Особливості знижок у сфері ІТ та фінансових послуг: знижки для партнерів, студентські ліцензії, корпоративні тарифи.

Цінові надбавки: за терміновість виконання, за індивідуальне замовлення, за вищу якість, за бренд (цінова премія). Умови та межі застосування знижок і надбавок. Вплив знижкової політики на фінансові результати підприємства.

Цінова дискримінація

Цінова дискримінація як метод максимізації виручки: перший ступінь (індивідуальне ціноутворення), другий ступінь (блокове ціноутворення, об'ємні знижки), третій ступінь (сегментація ринку за ціною). Приклади в ІТ-сфері (персоналізовані пропозиції, географічна диференціація цін) та у фінансовому секторі (індивідуальні ставки за кредитами).

- Формула розрахунку ефективної знижки
- Аналіз впливу знижки на маржинальний прибуток
- Законодавчі обмеження на знижки та надбавки в Україні

Тема 2.4 — Практичне заняття та СРС

Практичне заняття (2 год.)

Задача 1. Розрахунок системи знижок для ІТ-компанії: визначення обсягових знижок для різних категорій клієнтів (малий бізнес, корпоративний клієнт, державне підприємство). Аналіз впливу знижок на прибуток.

Задача 2. Кейс: розробка знижкової політики для SaaS-платформи: диференціація тарифних планів (Basic, Professional, Enterprise), обґрунтування цін кожного рівня та умов отримання знижок.

Задача 3. Аналіз прикладів цінової дискримінації: виявлення її ступеня та економічного обґрунтування на прикладі відомих цифрових платформ.

Самостійна робота (5 год.)

- Опрацювання підручника: Непран А. В., Дмитрієв І. А. (ред.) «Ціни і ціноутворення» — глава 2.4 «Торговельні знижки»
- Аналіз знижкової політики двох реальних ІТ-компаній або фінансових установ (за відкритими даними)
- Підготовка аналітичної записки: «Цінова дискримінація на ринку цифрових послуг: економічний зміст та практичні приклади»
- Розв'язання задач на розрахунок ефекту знижок (4 задачі)

Очікуваний результат: студент вміє розробляти систему знижок і надбавок, розраховувати їх вплив на фінансові результати та пояснювати механізм цінової дискримінації.

Цінова стратегія та політика підприємства

Тема 3.1

Цінова політика підприємства: сутність, цілі та принципи формування. Взаємозв'язок цінової, маркетингової та фінансової стратегій.

Тема 3.2

Цінові стратегії підприємства: стратегії «зняття вершків», проникнення на ринок, нейтральних цін, диференційованого ціноутворення. Вибір стратегії залежно від типу продукту та ринку.

Тема 3.3

Аналіз та оцінка цінових рішень. Методи аналізу конкурентних цін, оцінка ефективності цінової стратегії, факторний аналіз зміни виручки від реалізації.

Тема 3.4

Ціноутворення на зовнішньому ринку та у сфері електронної комерції. Особливості формування експортних цін, валютні ризики, ціноутворення у міжнародних ІТ-компаніях.

Тема 3.1 — Лекційний матеріал

Цінова політика підприємства

Лекція 10–11 (4 год.): Цінова політика підприємства: поняття, сутність та місце в системі управління. Цілі цінової політики: максимізація прибутку, збільшення частки ринку, забезпечення виживання, цінове лідерство. Принципи формування цінової політики: системність, гнучкість, цілеспрямованість, обґрунтованість.

Взаємозв'язок цінової та маркетингової стратегій: ціна в комплексі маркетингу (4P); узгодженість цінової політики з позиціонуванням продукту, стратегією просування та каналами збуту. Цінова політика IT-компаній: специфіка формування цінових рішень у B2B та B2C сегментах.

Чинники формування цінової політики

- Внутрішні: рівень витрат, цілі підприємства, технологічний рівень, якість продукту
- Зовнішні: рівень попиту та цінова еластичність, конкурентне середовище, державне регулювання
- Стадія життєвого циклу продукту: виведення на ринок, зростання, зрілість, спад
- Психологічні чинники: сприйняття ціни споживачем, ефект якості
- Особливості цифрових продуктів: нульові граничні витрати тиражування, мережеві ефекти
- Конкурентний аналіз за моделлю 5 сил Портера

Тема 3.1 — Практичне заняття та СРС

Практичне заняття (2 год.)

Завдання 1. Аналіз чинників цінової політики: побудова матриці «вплив — керованість» цінових чинників для умовної ІТ-компанії. Формулювання висновків щодо пріоритетів у ціноутворенні.

Завдання 2. Кейс: визначення цілей цінової політики для трьох підприємств (стартап на стадії виходу на ринок, зрілий SaaS-провайдер, фінтех-компанія). Обґрунтування вибору.

Завдання 3. Тестування за темами модуля 2 та тема 3.1 (15 питань).

Самостійна робота (5 год.)

- Опрацювання підручника: Непран А. В., Дмитрієв І. А. (ред.) «Ціни і ціноутворення» — глава 3 «Цінова політика і стратегія підприємства»
- Підготовка аналітичної записки: «Цінова політика провідних українських ІТ-компаній: аналіз підходів»
- Аналіз цінових рішень реального підприємства (за відкритими даними): визначення цілей і принципів цінової політики
- Проведення конкурентного аналізу цін у обраному сегменті ринку

Очікуваний результат: студент вміє визначати цілі цінової політики, аналізувати чинники її формування та узгоджувати цінові рішення із загальною стратегією підприємства.

Тема 3.2 — Лекційний матеріал

Цінові стратегії підприємства

Лекція 12 (2 год.): Поняття цінової стратегії та її відмінність від цінової тактики. Класифікація цінових стратегій. **Стратегія «зняття вершків» (skimming):** висока початкова ціна для інноваційних продуктів; умови застосування, переваги та ризики. Приклади: Apple iPhone, нове ПЗ, хмарні сервіси преміум-класу.

Стратегія проникнення на ринок (penetration pricing): низька початкова ціна для захоплення частки ринку; умови застосування; ризик цінових воєн. Приклади: Spotify, Netflix при виході на новий ринок. **Стратегія нейтральних цін:** ціна відповідно до середньоринкового рівня; мінімізація цінових конфліктів.

Стратегії диференційованого ціноутворення

Диференційоване ціноутворення: тарифні плани (tiered pricing), географічна диференціація, часова диференціація (peak/off-peak pricing), сегментація за типом споживача. Вибір цінової стратегії залежно від: стадії ЖЦ продукту, типу ринкової структури, еластичності попиту, конкурентного позиціонування.

- Стратегія цінового лідерства: лідер формує ціни, конкуренти слідуєть
- Стратегія «слідування за лідером»
- Стратегія цінової диференціації (преміум vs масовий сегмент)
- Bundling та unbundling як цінова стратегія

Тема 3.2 — Практичне заняття та СРС

Практичне заняття (2 год.)

Задача 1. Обґрунтування цінової стратегії для трьох умовних ІТ-продуктів (новий мобільний застосунок, корпоративна ERP-система, хмарна платформа для МСП): вибір стратегії, розрахунок стартової ціни, план цінових змін.

Задача 2. Розробка тарифних планів для SaaS-продукту: визначення функціонального наповнення та обґрунтування цін для планів Basic / Professional / Enterprise. Розрахунок очікуваного доходу.

Задача 3. Кейс: аналіз реальної цінової стратегії відомої ІТ-компанії. Виявлення застосованої стратегії, оцінка її ефективності та рекомендації щодо вдосконалення.

Самостійна робота (5 год.)

- Опрацювання навч. посіб.: Бучнів М. М. «Маркетингове ціноутворення» — розділи «Цінові стратегії», «Ціноутворення у цифровій економіці»
- Підготовка аналітичної записки: «Цінова стратегія обраної ІТ-компанії або фінансової установи (за відкритими даними)»
- Порівняльний аналіз цінових стратегій двох конкурентів на ринку фінансових технологій
- Розв'язання задач на вибір та обґрунтування цінових стратегій (4 задачі)

Очікуваний результат: студент вміє обирати та обґрунтовувати цінову стратегію для різних типів продуктів та ринкових умов, розробляти тарифну сітку.

Тема 3.3 — Лекційний матеріал

Аналіз та оцінка цінових рішень

Лекція 13 (2 год.): Аналіз цінових рішень як інструмент управління підприємством. Методи аналізу цін: порівняльний аналіз конкурентних цін (competitive benchmarking), ціновий аудит, аналіз динаміки цін. Оцінка ефективності цінової стратегії: показники (індекс цін, відхилення від планової ціни, реалізований маржинальний дохід).

Факторний аналіз зміни виручки від реалізації: виокремлення цінового та кількісного факторів; методи розрахунку впливу зміни ціни та обсягу продажів на виручку. Модель оптимальної ціни: взаємозв'язок між ціною, обсягом продажів та прибутком.

Ключові формули факторного аналізу

- Вплив ціни на виручку: $\Delta B_{\text{ц}} = (Ц_{\text{факт}} - Ц_{\text{план}}) \times Q_{\text{факт}}$
- Вплив обсягу на виручку: $\Delta B_{\text{q}} = (Q_{\text{факт}} - Q_{\text{план}}) \times Ц_{\text{план}}$
- Індекс цін: $I_{\text{ц}} = Ц_1 / Ц_0$
- Оптимальна ціна: $Ц_{\text{опт}} = MC / (1 + 1/\epsilon)$, де ϵ — цінова еластичність попиту

Застосування аналітичних інструментів (Excel, Power BI) для аналізу цін і прогнозування цінових рішень в інформаційних системах управління.

Тема 3.3 — Практичне заняття та СРС

Практичне заняття (2 год.)

Задача 1. Факторний аналіз зміни виручки: розрахунок впливу зміни ціни та обсягу реалізації на виручку ІТ-компанії за умовними даними двох суміжних кварталів. Висновки та рекомендації.

Задача 2. Конкурентний ціновий бенчмаркінг: збір та порівняльний аналіз цін трьох конкурентів на ринку хмарних сервісів або фінансових послуг. Визначення конкурентної позиції підприємства.

Задача 3. Розрахунок оптимальної ціни за моделлю цінової еластичності: визначення ціни, що максимізує прибуток при заданій еластичності попиту.

Самостійна робота (5 год.)

- Опрацювання підручника: Непран А. В., Дмитрієв І. А. (ред.) «Ціни і ціноутворення» — глава 7 «Методологія аналізу оптових та роздрібних цін»
- Виконання аналітичного завдання: факторний аналіз зміни виручки реального підприємства за фінансовою звітністю (2 роки)
- Підготовка таблиці «Показники оцінки ефективності цінової стратегії»
- Розв'язання задач на факторний аналіз та оптимальне ціноутворення (5 задач)

Очікуваний результат: студент вміє проводити факторний аналіз зміни виручки, оцінювати ефективність цінових рішень та розраховувати оптимальну ціну.

Тема 3.4 — Лекційний матеріал

Ціноутворення на зовнішньому ринку та в електронній комерції

Лекція 14 (2 год.): Особливості ціноутворення на зовнішньому ринку: INCOTERMS, валютні ризики та методи їх хеджування, трансфертне ціноутворення у міжнародних компаніях. Методи встановлення експортних цін: витратний (CIF, FOB), ринковий (орієнтація на ціни світового ринку), переговорний. Нормативна база: принцип «втягнутої руки» (arm's length principle) у міжнародному ціноутворенні.

Ціноутворення в електронній комерції: цінова прозорість та цінова конкуренція в онлайн-середовищі; алгоритмічне ціноутворення (algorithmic pricing); ціноутворення на маркетплейсах (Rozetka, Amazon, ін.).

Трансфертне ціноутворення

Трансфертне ціноутворення (ТЦ): поняття, цілі та сфера застосування. Методи ТЦ за Настановами ОЕСР: метод порівняльної неконтрольованої ціни, метод ціни перепродажу, метод «витрати плюс», методи розподілу прибутку. Контрольовані операції та критерії їх визначення за ПКУ. Вплив ТЦ на оподаткування ІТ-компаній та фінансових установ.

- Порогові значення для контрольованих операцій за ПКУ
- Звітність про контрольовані операції
- Ризики та штрафи за порушення правил ТЦ

Тема 3.4 — Практичне заняття та СРС

Практичне заняття (2 год.)

Завдання 1. Розрахунок експортної ціни ІТ-продукту за умовами постачання FOB та CIF: включення витрат на транспортування, страхування, митне оформлення. Визначення мінімальної прийнятної ціни.

Завдання 2. Кейс: визначення трансфертної ціни для внутрішньогрупової операції між материнською та дочірньою ІТ-компанією. Застосування методу порівняльної неконтрольованої ціни.

Завдання 3. Аналіз цінової конкуренції на маркетплейсі: порівняльний аналіз цін конкурентів на ідентичний програмний продукт; висновки щодо цінового позиціонування.

Самостійна робота (5 год.)

- Опрацювання навч. посіб.: Скорик М. О., Грищук Г. В. «Трансфертне ціноутворення» — теми 1–3 (ДВНЗ «Університет державної фіскальної служби України», Ірпінь)
- Ознайомлення з нормами Податкового кодексу України щодо трансфертного ціноутворення (ст. 39 ПКУ)
- Підготовка аналітичної записки: «Трансфертне ціноутворення в ІТ-компаніях: особливості та ризики в Україні»
- Аналіз алгоритмічного ціноутворення на прикладі відомого маркетплейсу

Очікуваний результат: студент вміє розраховувати експортні ціни, пояснювати механізм трансфертного ціноутворення та орієнтуватися у відповідній нормативній базі.

Державне регулювання цін та ціноутворення у фінансовому секторі

Тема 4.1

Державне регулювання цін в Україні: цілі, методи та інструменти. Порядок встановлення регульованих та фіксованих цін; мораторії та цінові обмеження в умовах воєнного стану.

Тема 4.2

Ціноутворення у банківській сфері та страхуванні. Формування відсоткових ставок, тарифів на банківські послуги, страхових премій; вплив облікової ставки НБУ на цінову кон'юнктуру.

Тема 4.3

Ціноутворення на ринках ІТ-продуктів і цифрових послуг. Ліцензування ПЗ, SaaS-моделі, ціноутворення на мобільні застосунки, хмарні обчислення та кібербезпеку.

Тема 4.4

Інфляція, індексація цін та цінова стабільність. Індекси цін (ІСЦ, ІЦВ, ІЦП), методи розрахунку, вплив інфляції на цінові рішення підприємств і фінансові результати.

Тема 4.1 – Лекційний матеріал

Державне регулювання цін в Україні

Лекція 15–16 (4 год.): Необхідність і цілі державного регулювання цін: захист споживачів, підтримка соціально значущих товарів, обмеження монопольної влади, стримування інфляції. Методи державного регулювання цін: прямі (фіксовані ціни, граничні ціни, граничні надбавки) та непрямі (податкова, грошово-кредитна, антимонопольна політика).

Переліки товарів і послуг з регульованими цінами в Україні: соціально значущі продовольчі товари, комунальні послуги, паливо, лікарські засоби, послуги природних монополій. Органи регулювання цін: КМУ, АМКУ, НКРЕКП, НБУ. Особливості цінового регулювання в умовах воєнного стану.

Антимонопольне регулювання цін

Роль АМКУ у ціноутворенні: контроль за зловживанням монопольним становищем, заборона антиконкурентних узгоджених дій (картелів), контроль за концентрацією. Поняття монопольного (домінуючого) становища та монопольно високих цін. Відповідальність за порушення конкурентного законодавства.

- Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 21.06.2012 № 5007-VI
- Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 № 2210-III
- Постанова КМУ «Про встановлення максимальних роздрібних цін на окремі соціально значущі продовольчі товари»

Тема 4.1 — Практичне заняття та СРС

Практичне заняття (2 год.)

Завдання 1. Аналіз переліків регульованих цін в Україні: визначення категорій товарів та послуг, методів регулювання та органів, що здійснюють регулювання. Складання зведеної таблиці.

Завдання 2. Кейс: оцінка впливу введення граничної надбавки на ціну товару — визначення наслідків для виробника, торгівлі та споживача. Розрахунок можливих змін у виручці та прибутку.

Завдання 3. Міні-дискусія: «Чи є ефективним державне регулювання цін в умовах ринкової економіки?» — аргументація позиції з урахуванням досвіду України.

Самостійна робота (5 год.)

- Опрацювання Закону України «Про ціни і ціноутворення» від 21.06.2012 № 5007-VI (zakon.rada.gov.ua) та конспектування ключових положень
- Опрацювання Закону України «Про захист економічної конкуренції» — розділ щодо зловживання монопольним становищем та цінових порушень
- Підготовка аналітичної записки: «Державне регулювання цін в Україні в умовах воєнного стану: заходи та їх ефективність» (за даними КМУ та АМКУ)
- Аналіз постанов КМУ щодо регулювання цін на соціально значущі товари (2023–2025 рр.)

Очікуваний результат: студент вміє характеризувати методи державного регулювання цін, аналізувати нормативно-правову базу та оцінювати наслідки цінового регулювання.

Тема 4.2 — Лекційний матеріал

Ціноутворення у банківській сфері та страхуванні

Лекція 17–18 (4 год.): Специфіка ціноутворення на фінансові послуги: ціна грошей (відсоткова ставка), ціна ризику, ціна ліквідності. **Банківські продукти:** формування відсоткових ставок за кредитами і депозитами (вплив облікової ставки НБУ, ризику позичальника, строку, ринкової кон'юнктури); комісійні тарифи на розрахунково-касове обслуговування, еквайринг, міжнародні перекази.

Страхування: страхова премія як ціна страхового захисту; актуарні розрахунки (нетто-ставка та навантаження); тарифна ставка: методи розрахунку для майнового, особистого та відповідальності страхування. Вплив ризику та збитковості на страхові тарифи.

Ціноутворення у фінтех

Ціноутворення у фінансових технологіях (fintech): комісії платіжних систем (interchange fee, MDR); ціноутворення у необанках (монобанк, ін.); peer-to-peer кредитування та його цінова модель; ціноутворення у мікрофінансових організаціях (ефективна процентна ставка).

Ключові формули

- Ефективна процентна ставка (APR): враховує всі витрати позичальника
- Нетто-ставка страхування = $(\text{Очікувані виплати} / \text{Страхова сума}) \times 100\%$
- Брутто-ставка = Нетто-ставка + Навантаження (витрати + прибуток страховика)

Тема 4.2 — Практичне заняття та СРС

Практичне заняття (2 год.)

Задача 1. Розрахунок повної вартості кредиту для позичальника: визначення щомісячного платежу (ануїтетний та диференційований методи), ефективної процентної ставки, загальної суми переплати.

Задача 2. Порівняльний аналіз тарифів банківського обслуговування: порівняння тарифних планів двох банків за параметрами (обслуговування картки, еквайринг, міжнародні перекази). Визначення оптимального варіанту для малого бізнесу.

Задача 3. Розрахунок страхового тарифу: визначення нетто-ставки та брутто-ставки для умовного страхового продукту (КАСКО або ДМС) за заданими параметрами ризику.

Самостійна робота (5 год.)

- Опрацювання матеріалів НБУ щодо формування відсоткових ставок та облікової ставки (bank.gov.ua)
- Аналіз тарифів 2–3 провідних українських банків на розрахунково-касове обслуговування (за відкритими даними)
- Підготовка аналітичної записки: «Динаміка відсоткових ставок в Україні за 2022–2025 рр.: чинники та тенденції»
- Ознайомлення з методичними рекомендаціями НБУ щодо розрахунку ефективної процентної ставки

Очікуваний результат: студент вміє розраховувати кредитні ставки та страхові тарифи, аналізувати структуру цін на фінансові послуги та пояснювати вплив НБУ на цінову кон'юнктуру.

Тема 4.3 — Лекційний матеріал

Ціноутворення на ринках ІТ-продуктів і цифрових послуг

Лекція 19–20 (4 год.): Економічні особливості цифрових продуктів і послуг: нульові граничні витрати тиражування (zero marginal cost), мережеві ефекти (network effects), ефект блокування (lock-in). Їх вплив на цінову стратегію ІТ-компаній.

Ліцензування ПЗ та моделі монетизації: вічна ліцензія (perpetual license), підписка (subscription), OEM-ліцензія, корпоративна ліцензія. Ціноутворення на мобільні застосунки: безкоштовно + in-app purchases, pay-per-download, freemium. Хмарні обчислення: моделі pay-as-you-go (IaaS, PaaS, SaaS), резервовані інстанції.

Ціноутворення на кібербезпеку та ІТ-послуги

Ціноутворення на послуги кібербезпеки: моделі (per-device, per-user, managed service), специфіка формування тарифів для корпоративних клієнтів. Ціноутворення на ІТ-послуги аутсорсингу (outstaffing, outsourcing): погодинна ставка (hourly rate), фіксована ціна (fixed price), time & materials. Оцінка вартості ІТ-проекту: методи (функціональні точки, сторіпоїнти).

- Ціноутворення на дані (data monetization)
- Ціноутворення у відкритому програмному забезпеченні (open source) та подвійне ліцензування
- NFT та ціноутворення на цифрові активи

Тема 4.3 — Практичне заняття та СРС

Практичне заняття (2 год.)

Задача 1. Розрахунок вартості IT-аутсорсинг проекту: визначення погодинних ставок для різних ролей (Junior/Middle/Senior Developer, QA, PM), оцінка трудомісткості та загальної вартості проекту в моделях fixed price та time & materials.

Задача 2. Порівняльний аналіз моделей хмарного ціноутворення: розрахунок річних витрат для компанії на використання хмарних ресурсів за моделлю pay-as-you-go vs резервовані інстанції (на прикладі умовних параметрів).

Задача 3. Кейс: розробка стратегії монетизації нового мобільного фінтех-застосунку (вибір моделі, обґрунтування цін, прогноз доходу).

Самостійна робота (5 год.)

- Опрацювання навч. посіб.: Матвєєва Н. М., Серьогіна Д. О., Жовтяк Г. А. «Ціноутворення» (ХНУМГ, 2023) — розділ «Особливості ціноутворення на ринку послуг»
- Підготовка аналітичної записки: «Моделі монетизації ПЗ: порівняльний аналіз підписки та вічної ліцензії»
- Аналіз тарифних моделей двох провідних хмарних провайдерів (AWS, Azure або Google Cloud)
- Підготовка презентації: «Ціноутворення у сфері IT-аутсорсингу на ринку України»

Очікуваний результат: студент вміє розраховувати вартість IT-проектів, обирати та обґрунтовувати моделі монетизації цифрових продуктів і послуг.

Тема 4.4 — Лекційний матеріал

Інфляція, індексація цін та цінова стабільність

Лекція 21–22 (4 год.): Інфляція як економічне явище: поняття, причини (монетарні, немонетарні), форми (повзуча, галопуюча, гіперінфляція). Вплив інфляції на цінові рішення підприємств: знецінення активів, зростання витрат, необхідність переоцінки. Антиінфляційна цінова стратегія: методи захисту від цінових ризиків (індексаційні застереження в контрактах, прив'язка до курсу валют).

Індекси цін: Індекс споживчих цін (ІСЦ / CPI), Індекс цін виробників (ІЦВ / PPI), Індекс цін на продукцію промисловості (ІЦП). Методи розрахунку: індекс Ласпейреса, Пааше, Фішера. Застосування індексів цін у фінансовому аналізі та плануванні.

Індексація та цінова стабільність

Індексація цін і заробітної плати: методи автоматичного коригування контрактних цін з урахуванням інфляції (ковзні ціни, застереження про ескалацію). Роль НБУ та монетарної політики у забезпеченні цінової стабільності. Таргетування інфляції як інструмент цінового регулювання.

Ключові формули

- Індекс Ласпейреса: $I_L = \frac{\sum(p_1 q_0)}{\sum(p_0 q_0)}$
- Індекс Пааше: $I_P = \frac{\sum(p_1 q_1)}{\sum(p_0 q_1)}$
- Індекс Фішера: $I_F = \sqrt{I_L \times I_P}$
- Реальна відсоткова ставка: $r \approx i - \pi$, де i — номінальна ставка, π — інфляція

Тема 4.4 — Практичне заняття та СРС

Практичне заняття (2 год.)

Задача 1. Розрахунок індексів цін Ласпейреса та Пааше за умовними даними споживчого кошика. Порівняння результатів та інтерпретація відмінностей.

Задача 2. Визначення реальної відсоткової ставки за кредитом та депозитом з урахуванням інфляції. Аналіз впливу темпів інфляції на реальну дохідність фінансових інструментів.

Задача 3. Підсумкова дискусія: «Як ІТ-компанії та фінансові установи мають адаптувати цінові стратегії в умовах підвищеної інфляції?» — розробка рекомендацій.

Самостійна робота (5 год.)

- Аналіз динаміки ІСЦ та ІЦВ в Україні за 2022–2025 рр. за даними Держстату (ukrstat.gov.ua); підготовка зведеної таблиці та висновків
- Опрацювання матеріалів НБУ щодо таргетування інфляції та монетарної політики (bank.gov.ua)
- Підготовка комплексного аналітичного завдання: вплив інфляції на цінову стратегію умовної ІТ-компанії
- Систематизація матеріалу всього курсу для підготовки до заліку

Очікуваний результат: студент вміє розраховувати індекси цін, аналізувати вплив інфляції на цінові рішення та фінансові результати підприємств.

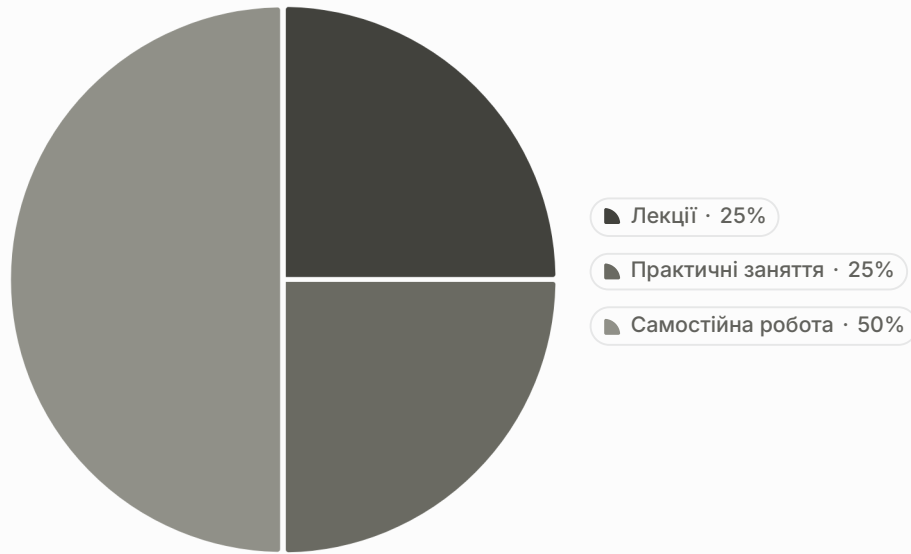
Розподіл навчального часу – 120 годин

Модуль	Тема	Лекції (год.)	Практичні (год.)	СРС (год.)
Модуль 1	Тема 1.1 – Економічна сутність ціни	4	2	5
	Тема 1.2 – Ринковий механізм цін	2	2	5
	Тема 1.3 – Собівартість як основа ціни	2	2	5
Модуль 2	Тема 2.1 – Витратні методи	4	2	5
	Тема 2.2 – Ринкові методи	2	2	5
	Тема 2.3 – Нормативно-параметричні методи	2	2	5
	Тема 2.4 – Знижки та надбавки	2	2	5
Модуль 3	Тема 3.1 – Цінова політика	4	2	5
	Тема 3.2 – Цінові стратегії	2	2	5
	Тема 3.3 – Аналіз цінових рішень	2	2	5
	Тема 3.4 – Зовнішній ринок та е-комерція	2	2	5
Модуль 4	Тема 4.1 – Державне регулювання цін	4	2	5
	Тема 4.2 – Ціни у банківській сфері та страхуванні	4	2	5
	Тема 4.3 – Ціноутворення на IT-продукти	4	2	5
	Тема 4.4 – Інфляція та індексація цін	4	2	5
Разом		30	30	60



Загальний обсяг: **120 годин = 4 кредити ЄКТС**. Розподіл є орієнтовним і може коригуватися відповідно до специфіки навчального процесу.

Структура навчального часу



Коментар до розподілу

Загальний обсяг — **120 годин (4 кредити ЄКТС)** — розподілено між трьома формами роботи для забезпечення балансу між теорією та практикою.

Лекції — 30 год. (25%)

Системне подання ключового теоретичного матеріалу з ціноутворення з використанням наочних схем, таблиць і прикладів із ділової та ІТ-практики.

Практичні — 30 год. (25%)

Відпрацювання навичок розрахунку цін, аналізу цінових стратегій, розв'язання задач, кейсів та захист аналітичних проектів.

Самостійна робота — 60 год. (50%)

Поглиблене вивчення, підготовка завдань, робота з літературою та інформаційними ресурсами. Самостійна робота становить **50% обсягу дисципліни**.

Самостійна робота студентів — Детальний опис



Опрацювання літератури

Поглиблене вивчення теоретичного матеріалу за підручниками з ціноутворення (Непран, Дмитрієв, Матвєєва та ін.), нормативно-правовими актами (Закон «Про ціни і ціноутворення», Податковий кодекс України), науковими статтями у фахових виданнях. Студент конспектує ключові положення, виокремлює головні концепції та порівнює підходи різних авторів.



Індивідуальні завдання

Виконання розрахункових завдань (ціна за витратними та ринковими методами, точка беззбитковості, еластичність попиту, індекси цін); аналітичних завдань (цінові стратегії IT-компаній, тарифи банків, структура страхових премій); творчих завдань — аналітичні записки, міні-дослідження, презентації.



Робота з інформаційними ресурсами

Опрацювання офіційних сайтів: НБУ (bank.gov.ua), Держстату (ukrstat.gov.ua), Верховної Ради (zakon.rada.gov.ua), АМКУ (amcu.gov.ua), Міністерства фінансів (mof.gov.ua). Аналіз статистичних звітів, пошук актуальних цінових даних для навчальних завдань.



Підготовка до занять та контролю

Підготовка до практичних занять (опрацювання умов задач, повторення теорії ціноутворення); підготовка до тестувань (ключові терміни, формули); підготовка до контрольних робіт за кожним модулем; підготовка до підсумкового заліку (систематизація знань).

Форми контролю знань

1

Поточний контроль

Завдання: розрахункові та аналітичні вправи за темами змістовного модуля. Оцінюються регулярність виконання завдань, якість відповідей і рівень засвоєння матеріалу. Поточний контроль формує накопичувальну оцінку протягом семестру. Проводиться після кожної теми у формі тестування (10–15 питань) або усного опитування.

2

Проміжний контроль

Самостійна робота — комплексне ситуаційне завдання або аналітична записка, які охоплюють теми змістовних модулів (теоретичні питання, розрахункові задачі, аналіз цінових рішень). Оцінюються повнота відповіді, правильність розрахунків та обґрунтованість висновків. Проводиться після завершення кожного змістовного модуля.

3

Підсумковий контроль — Залік

Залік відповідно до навчального плану. Форма проведення — тестування та/або виконання розрахункового завдання. Підсумкова оцінка враховує результати поточного, проміжного та підсумкового контролю відповідно до встановленої шкали: **100-бальна система** з переведенням у національну шкалу та ЄКТС (A, B, C, D, E, FX, F). **Зараховано** відповідає оцінкам A–E (60–100 балів).

Методи викладання

Викладання дисципліни «Ціноутворення» поєднує класичні академічні та інтерактивні методи, що забезпечує формування не лише міцної теоретичної бази, а й практичних навичок цінового аналізу та прийняття цінових рішень, необхідних для майбутньої фахової діяльності у сфері фінансів, банківської справи, страхування та ІТ.

Лекції

Системне подання теоретичного матеріалу з ціноутворення з використанням наочних схем, таблиць і прикладів із ділової практики ІТ-компаній та фінансових установ; студенти ведуть конспекти та задають уточнювальні запитання.

Кейс-стаді

Аналіз реальних цінових ситуацій підприємств ІТ- та фінансового секторів; студенти виявляють цінові проблеми, пропонують рішення та обґрунтовують висновки щодо оптимальної цінової стратегії.

Практичні задачі

Розрахункові вправи за темами (визначення ціни різними методами, точка беззбитковості, факторний аналіз виручки, індекси цін); відпрацювання алгоритмів розв'язання типових цінових задач.

Дискусії

Обговорення актуальних проблем ціноутворення в Україні (державне регулювання, цифрова економіка, вплив інфляції); розвиток критичного мислення та аргументації.

Нормативні документи

Опрацювання Закону «Про ціни і ціноутворення», Податкового кодексу (ТЦ), нормативів НБУ та АМКУ; формування навичок роботи з правовою базою у сфері цін.

Самостійне дослідження

Підготовка аналітичних записок, міні-рефератів і презентацій щодо цінових стратегій реальних компаній; розвиток навичок самостійного пошуку та систематизації цінової інформації.



Усі методи спрямовані на формування компетентностей, передбачених освітньо-професійною програмою спеціальності 123 «Комп'ютерна інженерія» (ОП «Фінанси, банківська справа та страхування в управлінських інформаційних системах і технологіях»).

Рекомендована література та ресурси

Підручники та навчальні посібники (2022–2024 рр.)

1

Непран А. В., Дмитрієв І. А. (ред.) та ін.
Ціни і ціноутворення : підручник. — Харків : ПП Іванченка І. С., 2024. — 446 с.

2

Матвєєва Н. М., Серьогіна Д. О., Жовтяк Г. А.
Ціноутворення : навч. посіб. — Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. — 135 с.

3

Бучнєв М. М.
Маркетингове ціноутворення : навч. посіб. — Київ : СНУ ім. В. Даля, 2023. — 134 с.

4

Скорик М. О., Грищук Г. В.
Трансфертне ціноутворення : навч. посіб. — Ірпінь : ДВНЗ «Університет державної фіскальної служби України», 2023.

5

Стойко О. Я., Дема Д. І.
Фінанси : підручник. — Житомир : Університет «Полісся», 2024. — 317 с.

6

Непран А. В., Шевченко І. Ю. (ред.)
Економіка підприємства : підручник. У 3 т. Т. 1. — Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2024.

7

Петруня Ю. Є., Задоя А. О.
Економіка: базовий курс : навч. посіб. Б-те вид. — Дніпро : Університет імені Альфреда Нобеля, 2023. — 265 с.

8

Якименко І. Л., Петрашко Л. П.
Стратегія сталого розвитку: Європейські горизонти. — Київ : НУХТ, 2022. — 337 с.

Нормативно-правова база

- **Закон України «Про ціни і ціноутворення»**
zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17
- **Податковий кодекс України (ст. 39 — Трансфертне ціноутворення)**
zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17
- **Закон України «Про захист економічної конкуренції»**
zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14
- **Господарський кодекс України**
zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15

Офіційні ресурси та фахові видання

Національний банк України bank.gov.ua	Державна служба статистики ukrstat.gov.ua
Антимонопольний комітет України amcu.gov.ua	Верховна Рада України zakon.rada.gov.ua
Міністерство фінансів України mof.gov.ua	Державна податкова служба tax.gov.ua
Журнал «Економіка та суспільство» economyandsociety.in.ua	