

ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ  
«ІРПІНСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ  
БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ»

Циклова комісія фінансово-економічних та облікових дисциплін

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Заступник директора  
з навчальної роботи

Вікторія СОВА  
2025 року



**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«Ціноутворення»**

(назва навчальної дисципліни)

галузь знань

**07 Управління та адміністрування**

(шифр і назва галузі знань)

освітньо-професійна  
програма

**Маркетинг**

спеціальність

**075 Маркетинг**

відділення

**Підприємництва**

(назва відділення)

Робоча програма

«Ціноутворення»

(назва навчальної дисципліни)

для студентів  
за галуззю знань  
спеціальністю

07 Управління та адміністрування

075 Маркетинг

освітньо-професійна  
програма

Маркетинг

«29» серпня 2025 року, - 13 с.

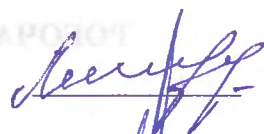
Розробник:

Валентина ВДОВИЧ к.е.н., спеціаліст вищої кваліфікаційної категорії,  
викладач-методист

Робоча програма затверджена на засіданні циклової комісії фінансово-економічних та  
облікових дисциплін

Протокол від «29» серпня 2025 року № 1

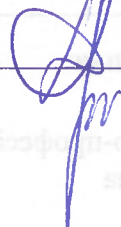
Голова циклової комісії фінансово-економічних та облікових  
дисциплін



К. Лантух

Схвалено методичною радою коледжу.

Протокол від «29» серпня 2025 року № 1



Д. Костюк

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, освітньо-професійна програма, освітньо-професійний ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма здобуття освіти
Кількість кредитів – 3	Галузь знань: 07 Управління та адміністрування	Обов'язкова
Розділів – 3	Спеціальність: 075 Маркетинг Освітньо-професійна програма: Маркетинг	Рік підготовки:
Загальна кількість годин – 90		2-й
		Семестр:
		3-й
Тижневих годин для денної форми здобуття освіти: аудиторних – 4 самостійної роботи – 2	Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр	Лекції:
		30 год.
		Практичні, семінарські:
		30 год.
		Лабораторні:
		0 год.
		Самостійна робота:
		30 год.
Вид контролю:		
Підсумкова контрольна робота		

**Примітка.** Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної роботи становить: для денної форми здобуття освіти – 60/30

## 2. Мета навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Ціноутворення» є формування у здобувачів освіти комплексу знань з теоретичних та методологічних основ ціноутворення, оволодіння прийомами розробки цінової політики суб'єктів господарювання в умовах ринкової економіки.

Перелік компетентностей студентів, що формуються в результаті засвоєння дисципліни:

### Загальні компетентності (ЗК):

ЗК3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

ЗК4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

### Спеціальні компетентності (СК):

СК1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК13. Здатність застосовувати основи обліку, оподаткування у маркетинговій діяльності.

## 3. Передумови вивчення дисципліни

Дана навчальна дисципліна базується на раніше здобутих результатах навчання таких навчальних дисциплін, як «Політична економія», «Правознавство», «Економіка підприємства».

#### **4. Очікувані результати навчання**

##### **Результати навчання (РН):**

РН1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності.

РН2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі.

РН3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

РН5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

РН7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки.

РН8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу.

##### **2. Критерії оцінювання**

Критерії оцінювання знань студентів наведено в додатку до робочої програми навчальної дисципліни.

##### **3. Засоби оцінювання**

Контрольні заходи включають поточний, тематичний та підсумковий контроль знань студента. Поточний контроль здійснюється під час проведення семінарських (практичних) занять та у процесі здійснення самостійної роботи у таких формах: експрес-опитування, тести, задачі, реферати, вирішення ситуаційних завдань, студентські презентації, робота в Інтернет тощо.

Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання на завершальному етапі.

#### **4. Програма навчальної дисципліни**

##### **Розділ 1. Теоретичні аспекти ціноутворення**

###### **Тема 1. Сутність, види і функції цін у ринковій економіці**

Економічна суть ціни, її зв'язок з іншими економічними категоріями. Ціновий механізм. Ринок і ціна.

Основні теорії ціноутворення. Теорія трудової вартості, теорія трьох чинників, теорія попиту і пропозиції, теорія витрат виробництва, теорія граничної корисності, неокласична теорія.

Суть процесу ціноутворення. Методологія ціноутворення. Основні принципи ціноутворення. Механізм ціноутворення в умовах ринкових відносин. Стратегічний та тактичний фактори ціноутворення. Основні чинники ціноутворення. Закон попиту і закон пропозиції. Взаємодія попиту і пропозиції. Ринкова рівновага. Еластичність попиту і пропозиції.

Конкуренція – один з ціно утворювальних факторів. Вплив рівня конкуренції на процес ціноутворення. Особливості формування ціни на ринку монополістичної конкуренції. Цінова політика в умовах досконалої конкуренції. Олігополія та монополія.

Система цін. Взаємозв'язок і взаємозалежність цін. Характерні риси ринкової системи цін.

Система цін. Ціни світового та внутрішнього ринків. Класифікація цін за рівнем свободи. Диференціація цін за галузевою формою продукції. Ціна підприємства і ціна реалізації, їх взаємозв'язок. Класифікація цін за територіальним поширенням. Урахування в цінах витрат з доставки продукції до споживача. Франкування цін на внутрішньому ринку. Довідкові та ціни фактичних угод. Стартові та лімітні ціни. Сезонні ціни. Зв'язок між цінами, що функціонують в економіці.

Основні функції ціни. Обліково-інформаційна функція ціни і її роль в економіці. Розподільча функція. Стимулююча і балансуєча функція ціни та їх взаємозв'язок. Функція ціни як засіб раціонального розміщення виробництва.

## **Тема 2. Цінова політика держави**

Основні засади державного регулювання цін. Мета державного регулювання цін. Основні форми втручання держави в процес ціноутворення. Пряме регулювання цін та його методи. Непрямі методи державного регулювання цін.

Система органів ціноутворення, їхні повноваження. Контроль за додержанням дисципліни цін. Система органів контролю за цінами.

Державне регулювання монопольних утворень. Антимонопольне регулювання цін на товари монопольних утворень. Ринкова влада. Практика державного регулювання цін у деяких країнах світу.

## **Тема 3. Цінова політика підприємства**

Цінова політика підприємства. Основні цілі підприємства та цінової політики. Встановлення індивідуальних цін або єдиних цін. Алгоритм методики розрахунку ціни. Постановка завдань ціноутворення. Необхідність проведення аналізу умов беззбитковості та його завдання.

Взаємодія попиту і пропозиції. Оцінка втрат. Аналіз цін і товарів конкурентів. Основні показники для контролю за цінами конкурентів.

Цінова стратегія підприємства. Основні стратегії ціноутворення. Особливості формування цінової стратегії на певні асортиментні групи товарів. Система цінових знижок і націнок. Їх склад та порядок визначення. Контроль за додержанням державної дисципліни цін.

## **Тема 4. Основні ціноутворюючі чинники**

Поняття та форми прояву основних ціноутворюючих чинників. Загальноекономічні чинники. Економічний цикл.

Особливості сучасної ринкової кон'юнктури. Дослідження факторів ціноутворення. Маркетингові рішення в галузі цінової політики на підприємстві. Інформаційна база аналізу попиту.

Маркетингові дослідження цінової чутливості споживачів. Дослідження системи цінностей споживачів. Моніторинг цін конкурентів. Напрями маркетингових досліджень цін конкурентів.

Зміст маркетингового аналізу цінових ризиків. Управління ризиками в ціновій політиці.

## **Розділ 2. Методологія ціноутворення**

### **Тема 5. Структура ціни та формування її елементів**

Склад та структура ціни. Витрати та їх роль у формуванні ціни. Групування витрат за елементами та статтями калькуляції. Склад собівартості за новими Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку.

Метод обліку витрат у ціноутворенні. Суть методу обліку повних витрат та його недоліки. Метод обліку прямих витрат. Маржинальний дохід.

Визначення прибутку в ціні. Нормативний метод. Граничні та розрахункові нормативи рентабельності. Залишковий метод визначення прибутку в ціні.

Формування в ціні товарних податків.

Посередницькі надбавки(знижки) в ціні.

### **Тема 6. Методи ринкового ціноутворення**

Витратні методи ціноутворення. Методи повних витрат. Метод надбавок. Метод беззбитковості та цільового прибутку. Графік беззбитковості. Визначення точки беззбитковості аналітичним шляхом.

Методи, що спираються на попит. Метод балової оцінки. Визначення ціни методом прямих витрат та умови ефективності його застосування.

Методи з орієнтацією на конкуренцію. Метод лідера та сфера його поширення. Питома ціна на параметричні індекси якості. Індиферентна ціна. Особливості визначення цін на продукцію виробничо-технічного призначення. Основні положення визначення ціни методом відносної оцінки технічного рівня продукції.

Метод тендерного ціноутворення та сфери його застосування.

### Розділ 3. Ціноутворення на зовнішньому ринку

#### Тема 7. Система цін біржової торгівлі

Поняття товарної біржі. Принципи організації та діяльності товарної біржі. Права та умови функціонування товарної біржі. Процес ціноутворення на товарній біржі.

Види біржових цін та їх аналіз. Ціни ф'ючерсних та аукціонних угод. Спотові та форвардні ціни. Умови надання товару поняття «біржовий». Правила біржової торгівлі.

Біржова угода. Порядок укладення біржових угод. Ціни біржової угоди. Ціни на реальні товари. Ціни на ф'ючерсні товари. Форвардні контракти, їх сутність та порядок укладання. Біржове котирування. Характеристики кон'юнктури ринку.

#### Тема 8. Ціни зовнішнього ринку

Особливості формування цін на зовнішньому ринку. Світові ціни та їх характеристика. Механізм розрахунку зовнішньоторговельних цін. Система поправок до зовнішньоторговельних цін. Митне регулювання ціноутворення. Особливості визначення митної вартості. Індикативні ціни.

### 8. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин				
	денна форма				
	усього	у тому числі			
л		п	сем.	с.р.	
Розділ 1. Теоретичні аспекти ціноутворення					
Тема 1. Сутність, види і функції цін у ринковій економіці.	8	4		2	2
Тема 2. Цінова політика держави.	6	4		2	
Тема 3. Цінова політика підприємства.	8	4		2	2
Тема 4. Основні ціноутворюючі чинники.	8	4		4	
Разом за розділом 1	30	16		10	4
Розділ 2. Методологія ціноутворення					
Тема 5. Структура ціни та формування її елементів.	14	4	4	2	4
Тема 6. Методи ринкового ціноутворення	16	4		4	8
Разом за розділом 2	30	8	4	6	12
Розділ 3. Ціноутворення на зовнішньому ринку					
Тема 7. Система цін біржової торгівлі.	14	4		4	6
Тема 8. Ціни зовнішнього ринку	14	2	4		8
Разом за розділом 3	28	6	4	4	14
Підсумкова контрольна робота	2		2		
Усього годин	90	30	10	20	30

### 5. Темі семінарських занять

№ з/п	Назва теми та зміст семінарського заняття	Кількість годин
1	Тема 1. Сутність, види і функції цін у ринковій економіці 1. Теоретичні основи ринкового ціноутворення. 2. Ціна, як економічна категорія в умовах ринку. Функції цін. 3. Види цін залежно від факторів ціноутворення.	2

	4. Класифікація цін за ознаками. 5. Види і типи моделювання цін.	
2	Тема 2. Цінова політика держави. 1. Цінова політика держави та її основні цілі. 2. Основні форми втручання держави у процес ціноутворення. 3. Методи державного регулювання цін. 4. Система органів контролю за цінами. 5. Вплив на економіку втручання держави у процеси ціноутворення.	2
3	Тема 3. Цінова політика підприємства 1. Сутність ціноутворення, як складової комплексу маркетингу підприємства. 2. Особливості розробки і реалізації цінової політики підприємства. 3. Види цінової політики підприємства. 4. Сутність цінової тактики підприємства на ринку. 5. Контроль за додержанням державної дисципліни цін. 6. Відповідальність за порушення державної дисципліни цін.	2
4	Тема 4. Основні ціноутворюючі чинники 1.Класифікація факторів ціноутворення і методи їх аналізу. 2. Чинники, що визначають цінову чутливість споживачів. 3.Система оподаткування. 4. Платоспроможність підприємства та населення.	4
5	Тема 5. Структура ціни та формування її елементів. 1. Структура ціни та її основні елементи. 2. Основні елементи посередницької цінової винагороди. 3. Форми вираження цінової винагороди посередника. 4. Складові елементи оптової ціни виробника 5. Особливості формування торгових націнок у різних сферах діяльності. 6. Формування цін за допомогою нормативів рентабельності	2
6	Тема 6. Методи ринкового ціноутворення 1. Витратні методи ціноутворення. 2. Маркетингові методи ціноутворення. 3. Нормативно – параметричне ціноутворення, його сутність. 4. Ціноутворення в умовах ризику і невизначеності. 5. Встановлення диференційованих цін та їх оперативне регулювання залежно від ситуації на ринку.	4
7	Тема 7. Система цін біржової торгівлі та зовнішнього ринку 1. Поняття товарної біржі. Принципи організації та діяльності товарної біржі. 2. Ціни та процес ціноутворення на товарній біржі. 3. Кон'юнктура ринку та її вплив на біржове котирування. 4. Основні вимоги та особливості формування цін на зовнішньому ринку. 5. Особливості формування світових цін та їх характеристика. 6. Суть та види зовнішньоторговельних цін. 7. Особливості формування цін на експортно-імпорту продукції.	4
	Разом	20

#### 10. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми та зміст практичного заняття	Кількість годин
1	Тема 5. Структура ціни та формування її елементів	4

	1. Визначення структури собівартості продукції. 2. Розрахунок відпускної ціни продукції. 3. Визначення прибутку в ціні.	
2	Тема 7-8 Розрахунок цін та вартості біржових угод та митної вартості товару. 1. Вивчити історію виникнення бірж. 2. Оволодіти методикою укладання біржових угод та розрахунку вартості їх. 3. Визначення митної вартості товару.	4
3	Підсумкова контрольна робота	2
	Разом	10

### 11. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми та зміст лабораторних занять	Кількість годин
	Не передбачено навчальним планом.	

### 12. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми та зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	Тема 1. Сутність, види і функції цін у ринковій економіці 1. Види моделювання цін. 2. Типи моделювання цін.	2
2	Тема 3. Цінова політика підприємства 1. Сутність цінової тактики підприємства на ринку. 2. Контроль за додержанням державної дисципліни цін. 3. Відповідальність за порушення державної дисципліни цін.	2
3	Тема 5. Структура ціни та формування її елементів 1. Порядок формування посередницьких надбавок в ціні. 2. Порядок формування посередницьких знижок в ціні.	4
4	Тема 6. Методи ринкового ціноутворення 1. Встановлення диференційованих цін. 2. Оперативне регулювання диференційованих цін залежно від ситуації на ринку.	8
5	Тема 7. Система цін біржової торгівлі 1. Фундаментальний аналіз біржових цін. 2. Кон'юнктура ринку та її вплив на біржове котирування.	6
6	Тема 8. Ціни зовнішнього ринку 2. Особливості формування цін на експортно-імпортну продукцію. 2. Особливості визначення митної вартості товарів.	8
	Разом	30

### 13. Індивідуальні завдання

Не передбачено навчальним планом.

### 14. Інструменти, обладнання, програмне забезпечення

Презентації у PowerPoint, відеоролики, мультимедійний проектор та екран. Навчально-методичне забезпечення з навчальної дисципліни, розміщене у навчально-інформаційному середовищі Moodle.

### 15. Заняття, що підлягають оцінюванню

Розділ 1				Тематична	Розділ 2		Тематична	Розділ 3		Тематична	Підсумкова к.р.	П семестр
T1	T2	T3	T4		T5	T6		T7	T8			
СЗ №1	СЗ №2	СЗ №3	СЗ №4-5		СЗ №6	СЗ №7-8		СЗ №9-10	ПЗ №3-4			
				ПЗ №1-2								

Максимальна оцінка - 12 балів  
Мінімальна оцінка – 1 бал

### 16. Рекомендована література ОСНОВНА

#### Законодавчі та нормативні документи

1. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003р. № 436-IV зі змінами та доповненнями. <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
3. Податковий кодекс : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI зі змінами та доповненнями <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
4. Цивільний кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 435-IV зі змінами та доповненнями <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
5. Закон України «Про ціни і ціноутворення» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>
6. Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом : Закон України від 14.05.1992 № 2343-XII із змінами та доповненнями <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2343-12>
7. Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України: Закон України від 23.03.2000 № 1602-III <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1602-14>
8. Про оплату праці : Закон України від 24.03.1995 № 108/95-ВР зі змінами та доповненнями <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/108/95-вр>
9. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні : Закон України від 08.09.2011 № 3715-VI із змінами і доповненнями <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>
10. Про цінні папери та фондовий ринок : Закон України від 23.02.2006 № 3480-IV із змінами і доповненнями <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3480-15>

#### Підручники (навчальні посібники)

1. Окландер М. А. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. Київ, Центр учбової літератури. 2019. – 240 с.
2. Матвеева Н.М. Ціноутворення: конспект лекцій/ – Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2022. – 112 с.
3. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: Київ, Центр учбової літератури. 2022. - 480 с.

#### ДОПОМІЖНА

4. Баздникін А. С. Ціни і ціноутворення: навч. посібн. URL: [https://stud.com.ua/20412/marketing/tsini\\_i\\_tsinoutvorennya](https://stud.com.ua/20412/marketing/tsini_i_tsinoutvorennya)

#### ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ

1. Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Доступний з: < <https://www.rada.gov.ua/>
2. Державна казначейська служба України [Електронний ресурс]. – Доступний з: < <https://www.treasury.gov.ua/ua>
3. Державна служба зайнятості України [Електронний ресурс]. – Доступний з: < <http://www.dcz.gov.ua/>>

4. Кабінет Міністрів України [Електронний ресурс]. – Доступний з: [<https://www.kmu.gov.ua/>](https://www.kmu.gov.ua/)
5. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. – Доступний з: [<http://www.minfin.gov.ua/>](http://www.minfin.gov.ua/).
6. Національний банк України [Електронний ресурс]. – Доступний з: [<http://www.bank.gov.ua/>](http://www.bank.gov.ua/)
7. Міністерство економіки України [Електронний ресурс]. – Доступний з: [<https://me.gov.ua/interview/survey](https://me.gov.ua/interview/survey)
8. Пенсійний фонд України [Електронний ресурс]. – Доступний з: [<https://www.pfu.gov.ua/](https://www.pfu.gov.ua/)
9. Фонд соціального страхування з тимчасової втрати працездатності [Електронний ресурс]. – Доступний з: [<www.fse.gov.ua/>](http://www.fse.gov.ua/).
10. Газета «Урядовий кур'єр» [Електронний ресурс]. – Доступний з: <https://ukurier.gov.ua/uk/>
11. Статистична звітність емітентів України [Електронний ресурс]/ - Режим доступу: [www.smida.gov.ua/db/emitent](http://www.smida.gov.ua/db/emitent)

## **КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ЦІНОУТВОРЕННЯ»**

### **Для денної форми здобуття освіти**

Робочою програмою навчальної дисципліни передбачено вивчення 3-х розділів обсягом (кредитів ЄКТС):

1 розділ – 1,0 (30 год.);

2 розділ – 1,0 (30 год.);

3 розділ – 1,0 (30 год.).

Робочою програмою навчальної дисципліни передбачено застосування 3-х форм контролю знань студентів: поточного, тематичного, підсумкового.

#### **1. Поточний контроль.**

Поточний контроль здійснюється у формі усних відповідей, доповнень на семінарських заняттях, письмового опитування, розв'язування задач, виконання тестів тощо.

За кожним елементом розділу, передбаченого робочою програмою навчальної дисципліни, обов'язкова певна форма поточного оцінювання знань. Такими формами можуть бути:

- усне опитування;
- письмова контрольна робота (відповіді на питання лекційного курсу, розв'язання задач, вправ, виконання певних розрахунків тощо);
- тестування знань студентів з певної теми або з певних окремих питань лекційного курсу;
- виступ на практичних/семінарських заняттях (з рефератом, в дискусії);
- перевірка розв'язання завдань (задачі, вправи, окремі розрахунки) тощо.

#### **Критеріями оцінки є:**

##### **при усних відповідях:**

- повнота розкриття питання;
- логіка викладання, культура мови;
- емоційність та переконаність;
- використання основної та додаткової літератури;
- аналітичні міркування, вміння роботи порівняння, висновки.

##### **при виконанні письмових завдань:**

- повнота розкриття питання;
- цілісність, системність, логічна послідовність, вміння формулювати висновки;
- акуратність оформлення письмової роботи.

##### **На практичному/семінарському занятті оцінюються:**

- усні відповіді студентів;
- участь в обговоренні дискусійних питань;
- участь у ділових, рольових іграх та їх обговоренні;
- аналіз ситуаційних завдань та вміння доведення власної думки;
- підібрана інформація щодо прикладів зі економічної практики, новин вітчизняного/зарубіжного ринку праці;
- правильність розрахунків при визначенні певних показників, вирішенні ситуаційних завдань, задач;
- реферативні виступи, усні повідомлення тощо.

##### **Оцінювання самостійної роботи студента:**

Контроль самостійної роботи студентів здійснюється як під час аудиторних занять (на семінарах, практичних заняттях), так і у позааудиторний час.

Контроль самостійної роботи передбачає:

- визначення ступеня засвоєння матеріалу;
- визначення якості виконання завдань;

- своєчасне виконання і здача поточних завдань;
- оцінку знань, здобутих у результаті самостійної навчальної роботи.

## 2. Тематичний контроль.

Тематичний контроль є підсумком певного етапу вивчення дисципліни «Ціноутворення». Його мета – виявлення проміжних результатів засвоєння студентами змісту навчальної дисципліни.

Тематична оцінка визначається як середнє арифметичне набраних балів за поточну роботу при вивченні тем певного розділу.

## 3. Підсумковий контроль.

Вивчення двох розділів дисципліни «Ціноутворення» завершується виконанням підсумкової контрольної роботи. Її мета – виявлення кінцевого результату засвоєння студентами змісту навчальної дисципліни. Критерії оцінювання знань за підсумкову контрольну роботу наводяться у пояснювальній записці до пакета тестових завдань.

Оцінювання знань студентів з навчальної дисципліни «Ціноутворення» як профільного предмета, вивчення якого передбачене освітньою програмою профільної середньої освіти для підготовки фахових молодших бакалаврів на основі базової загальної середньої освіти, здійснюється за 12-бальною шкалою (табл. 1), з подальшим переведенням семестрової оцінки в оцінку за національною шкалою «Відмінно», «Добре», «Задовільно», «Незадовільно» з визначенням рейтингу студента в балах за 100 бальною шкалою (табл. 2) та перенесенням підсумку у Відомість успішності з навчальної дисципліни.

**Таблиця 1. Оцінювання навчальних знань студентів**

Рівень досягнень	Бали	Критерії оцінювання знань студентів
I. Початковий	1 бал	Студент має уявлення з визначеної проблематики профільного предмета «Ціноутворення», може розпізнати окремі економічні терміни з допомогою викладача, допускаючи при цьому суттєві неточності
	2 бали	Студент намагається відтворити окремі поняття профільного предмета за допомогою викладача; обирає правильний варіант відповіді з двох запропонованих (на рівні «так – ні»)
	3 бали	Студент відтворює окремі поняття (будуючи свою відповідь на звичайному повторенні навчального матеріалу без його осмислення), допускає багато суттєвих помилок під час усних та письмових відповідей
II. Середній	4 бали	Студент дає визначення окремих економічних категорій та термінів, поверхнево розкриває суть і значення економічних процесів, допускаючи неточності під час усних відповідей; при письмовому тестуванні робить багато помилок
	5 балів	Студент частково характеризує механізм ціноутворення на підприємстві, не виявляє належної активності при обговоренні усних питань, старанності при виконанні практичних та тестових завдань, характер відповіді дає підставу стверджувати, що студент неправильно зрозумів суть питання чи не знає правильної відповіді
	6 балів	Студент самостійно, але не досить повно й аргументовано викладає матеріал профільного предмета, а при письмовому тестуванні допускає окремі неточності; не виконує індивідуальні завдання
III. Достатній	7 балів	Студент непослідовно викладає свої знання; розкриваючи зміст питань згідно з програмою профільного предмета, намагається

		робити узагальнення та висновки з питань товарознавчої тематики, розв'язку ситуаційних задач, при письмовому тестуванні допускає окремі неточності
	8 балів	Студент обґрунтовано відповідає на запитання, передбачені програмою профільного предмета; недостатньо характеризує та оцінює фактори ціноутворення та аргументує свої відповіді, допускає під час усних відповідей чи письмового тестування окремі неточності при формулюванні висновків та узагальнень
	9 балів	Студент самостійно та послідовно відтворює навчальний матеріал, робить узагальнення та висновки, вступає в дискусію, відстоюючи свою думку; аналізує стратегії ціноутворення та фінансові результати підприємств; виконує завдання контролю, але недостатньо використовує додаткову літературу
IV. Високий	10 балів	Студент логічно, усвідомлено оперує навчальним матеріалом у межах програми профільного предмета; демонструє вміння працювати як самостійно, так і в команді, оцінювати господарську діяльність підприємства та його фінансові результати, намагається знайти причинно-наслідкові зв'язки розв'язуючи типові задачі з ціноутворення
	11 балів	Студент демонструє обізнаність щодо дії ринкового механізму цін в умовах підприємств різного типу; самостійно аналізує і розкриває суть економічних явищ та процесів; узагальнює, систематизує, виявляє причинно-наслідкові зв'язки між стратегією ціноутворення підприємства та його фінансовими результатами
	12 балів	Студент виявляє міцні та всебічні знання за програмою профільного предмета, може вести дискусію з конкретної економічної проблеми з використанням положень і механізму ціноутворення, самостійно користується різними джерелами інформації; робить логічні та аргументовані висновки з посиланням на законодавчу базу, використовує знання про діяльність з ціноутворення на підприємствах різних форм власності в ринкових умовах господарювання

**Таблиця 2. Переведення оцінки за 12 бальною шкалою в оцінку за національною шкалою з визначенням рейтингу студента в балах**

Оцінка за 12 бальною шкалою	Оцінка національна	Рейтинг студента, бали
12	Відмінно	100
11		96
10		93
9	Добре	89
8		84
7		79
6	Задовільно	73
5		69
4		64
3	Незадовільно	59
2		40
1		20