

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 6 «Ціноутворення на світових ринках»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	3 курс, 5 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 20 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Букало Надія Артемівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Базові знання з ціноутворення у ринкових умовах
Що буде вивчатися	Основи ціноутворення на світових ринках. Фактори, що впливають на ціни у світовій торгівлі. Методи ціноутворення на міжнародних ринках. Ціноутворення в умовах міжнародної торгівлі. Ціни на сировинних ринках. Ціноутворення на послуги в міжнародній торгівлі. Регулювання цін у міжнародній торгівлі. Стратегії ціноутворення в умовах міжнародної конкуренції. Аналіз ринкових трендів і прогнозування цін.
Чому це цікаво/треба вивчати	Освітній компонент спрямований на формування у майбутніх фахівців розуміння загальних закономірностей управління процесом ціноутворення на світових ринках, розуміння систематизації успішних прикладів адаптації в ринкових умовах та прийняття рішення щодо ціноутворення в залежності від умов структури ринку з використанням сучасних методів та прийомів. Освоєння теоретичних і методичних основ ціноутворення на міжнародних ринках, а також набуття здобувачами компетенцій практичного встановлення цін на продукцію підприємства на світовому товарному ринку та

	ціноутворення послуг в міжнародній торгівлі.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.