

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра економіки і торгівлі

СИЛАБУС
вибіркового освітнього компонента
ТОВАРНО-ЦІНОВА ПОЛІТИКА БІЗНЕС-СТРУКТУР
підготовки бакалавра

Луцьк – 2026

**Силабус вибіркового освітнього компонента ТОВАРНО-ЦІНОВА ПОЛІТИКА
БІЗНЕС-СТРУКТУР** підготовки бакалавра

Розробник: Самойленко Б.В., старший викладач кафедри економіки і торгівлі,
кандидат економічних наук

Погоджено:

Гарант ОПП
Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність



Світлана БОРТНІК

**Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри економіки
і торгівлі**
протокол №6 від 12.01.2026 р.

Завідувач кафедри



Олена ПАВЛОВА

I. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	D Бізнес, адміністрування та право D7 Торгівля Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти	Вибірковий
Кількість годин/кредитів ECTS 150/5		Рік навчання 2
ІНДЗ: є		Семестр 4
		Лекції 10 год.
		Практичні 20 год.
		Самостійна робота 110 год.
Мова навчання	Консультації 10 год.	
	Форма контролю: залік	
	Українська	

II. Інформація про викладача

Прізвище, ім'я та по батькові – Самойленко Богдан Віталійович
Науковий ступінь – кандидат економічних наук
Посада – старший викладач кафедри економіки і торгівлі
Контактні дані: 737202019 samoilenko.bohdan@vnu.edu.ua
Дні занять: <http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

III. Опис освітнього компонента

1. Анотація освітнього компонента.

Силабус вибіркового освітнього компонента «Товарно-цінова політика бізнес-структур» складено з урахуванням можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів освіти першого (бакалаврського) рівня освіти.

Освітній компонент «Товарно-цінова політика бізнес-структур» є вибірконим курсом, спрямованим на вивчення механізмів формування ефективної цінової політики у бізнесі. Курс охоплює аналіз ринкових умов, внутрішніх і зовнішніх факторів, впливу на цінові рішення, а також розробку стратегій ціноутворення, що враховують ризики та конкурентні виклики. Основна мета – розвиток навичок стратегічного мислення і здатності впроваджувати інноваційні рішення для оптимізації цінової політики та підтримки конкурентоспроможності підприємств.

2. Мета і завдання освітнього компонента.

Метою «Товарно-цінова політика бізнес-структур» є формування у студентів глибокого розуміння принципів формування та управління ціновою політикою, а також розробка стратегій для зміцнення ринкових позицій через впровадження інноваційних підходів у діяльність підприємств.

Основні завдання освітнього компонента «Товарно-цінова політика бізнес-структур» орієнтовані на розвиток розуміння цінової конкурентоспроможності та методів аналізу ринкового середовища. Завдання включають формування навичок створення й реалізації цінових стратегій, оцінки та коригування підходів з урахуванням ринкових ризиків, а також інтеграцію інноваційних рішень у цінову політику бізнесу.

3. Soft skills.

Вивчення курсу сприяє розвитку комплексу комунікативних, аналітичних, лідерських і креативних навичок, які допомагають майбутнім економістам ефективно аналізувати бізнес-процеси, працювати в команді та приймати гнучкі, обґрунтовані рішення.

4. Структура освітнього компонента

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	Форма контролю / Бали
Змістовий модуль 1. Основи товарно-цінової політики						
Тема 1. Основні поняття та принципи ціноутворення в бізнесі	10	2	-	8	-	ДП, О, Т / 6
Тема 2. Чинники, що впливають на цінову політику	10	2	-	8	-	ПЗ, Т / 6
Тема 3. Оцінка впливу ринкових змін на цінові стратегії	11	-	2	8	1	ПЗ, Т / 6
Тема 4. SWOT-аналіз цінової політики	11	-	2	8	1	ПЗ, Т, О / 6
Тема 5. Споживча поведінка та ціноутворення	11	-	2	8	1	ПЗ, О, Т / 6
Тема 6. Оцінка зовнішніх факторів на прикладі конкретного ринку	11	-	2	8	1	ПЗ, Т / 5
Тема 7. Розробка цінової стратегії для нових продуктів	11	-	2	8	1	ПЗ, Т / 5
Разом за модулем 1	75	4	10	56	5	40
Змістовий модуль 2. Стратегії та реалізація цінової політики						
Тема 8. Стратегії ціноутворення в умовах конкуренції	11	2	-	8	1	ДП, Т / 5
Тема 9. Новітні підходи та технології в ціноутворенні	9	2	-	6	1	ПЗ, О, Т / 5
Тема 10. Методи оцінки і мінімізації ризиків у ціновій політиці	11	2	-	8	1	ПЗ, Т / 5
Тема 11. Ринкове позиціонування та ціна	9	-	2	6	1	ПЗ, О, Т / 5
Тема 12. Оцінка цінової еластичності	11	-	2	8	1	ПЗ, Т / 5
Тема 13. Конкурентні стратегії ціноутворення	8	-	2	6	-	ПЗ, Т / 5
Тема 14. Використання технологій для оптимізації цін	8	-	2	6	-	ПЗ, Т / 5
Тема 15. Оцінка успішності цінових стратегій	8	-	2	6	-	ПЗ, Т / 5
Разом за модулем 2	75	6	10	54	5	40
ІНДЗ						20
Всього годин / Балів	150	10	14	87	8	100

Форма контролю*: ДП – дискусійні питання; Т – тестування; О - опитування; ПЗ – виконання практичних завдань; ІНДЗ – індивідуальне навчальне/науково-дослідне завдання здобувача освіти; ПКР – підсумкова контрольна робота

5. Завдання для самостійного опрацювання.

Самостійна робота здобувача освіти – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються здобувачем самостійно під методичним керівництвом викладача.

Основні види самостійної роботи, які запропоновані здобувачам освіти для засвоєння теоретичних знань з освітнього компонента, наведені в таблиці

До завдань самостійної роботи, які запропоновані здобувачам освіти, віднесено:

1. Аналіз наукових статей: Вивчити статті про сучасні тенденції в ціноутворенні. Написання реферату: Теми можуть включати інноваційне ціноутворення або адаптацію цінової політики.

2. Огляд ринкових тенденцій: Дослідити актуальні зміни в цінових стратегіях на обраному ринку.
3. Розробка цінової стратегії: Створити цінову стратегію для уявного бізнесу, враховуючи ринкові ризики.
4. Підготовка презентації: Представити аналіз цінової політики конкретної компанії.
5. SWOT-аналіз цінової політики: Провести SWOT-аналіз цінової політики відомих брендів.
6. Розробка PEST-аналізу: Оцінка впливу зовнішніх факторів на цінову стратегію.
7. Кейс-стаді аналіз: Розбір і вирішення реальних випадків зі зміною цін і стратегій.
8. Дослідження поведінки споживачів: Аналіз впливу цін на вибір споживачів.
9. Оцінка еластичності попиту: Вивчення залежності попиту від змін у ціні на обраному товарі.
10. Огляд законодавства: Дослідити, як правові аспекти впливають на цінову політику.
11. Розробка маркетингової кампанії: Планування кампанії з акцентом на цінову стратегію.
12. Оцінка конкурентів: Провести порівняльний аналіз цінових стратегій основних конкурентів.
13. Розробка інноваційного проекту: Розробити проект інтеграції нових технологій у систему ціноутворення.
14. Аналіз ефективності стратегії: Оцінити результати впроваджених цінових стратегій у реальних компаніях.

Індивідуальне завдання виконується за матеріалами підприємства, де здобувач освіти проходив виробничу практику. Здобувач освіти, керуючись своїми практичними та науковими інтересами, може запропонувати та здійснити дослідження конкурентоспроможності будь якої іншої бізнес-структури, що повинно бути погоджено з викладачем у момент видачі завдання.

Презентація індивідуального завдання здійснюється шляхом публічного виступу перед здобувачами освіти.

V. Політика оцінювання

Політика щодо відвідувань занять: відвідування занять є обов'язковим. Здобувачі освіти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених силабусом. Пропущені заняття відпрацьовувати у визначений час згідно затвердженого графіка.

За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, участь в наукових заходах тощо) навчання може відбуватись в цей період в онлайн формі або за індивідуальним планом за погодженням із викладачем.

Здобувач освіти повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь в освітньому процесі.

Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти визначається Положенням про визнання результатів, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Волинському національному університеті імені Лесі Українки (<https://is.gd/tg0qDU>).

Політика щодо академічної доброчесності окреслюється Положенням про систему запобігання та виявлення академічного плагіату в науковій та навчальній діяльності здобувачів вищої освіти, докторантів, науково-педагогічних і наукових працівників Волинського національного університету імені Лесі Українки (<https://is.gd/6X2p4c>) та Кодексом академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки (<https://is.gd/Yb4S7e>).

Політика щодо дедлайнів та перескладання: у випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацьовувати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми.

Політика щодо додаткових (бонусних) балів: здобувачам освіти можуть бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю максимум 15 балів за такі види робіт: опубліковану наукову статтю у фахових виданнях України чи рецензованих закордонних журналах – 10 балів; публікацію тез – з виступом на конференції 5 балів, без виступу – 3 бали; підготовку та участь у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 7 балів; перемогу у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 15 балів; подачу проектних заявок на участь в студентських програмах обміну, стипендійних програмах, літніх та зимових школах тощо – 7 балів.

VI. підсумковий контроль

Порядок організації поточного та підсумкового контролю знань здобувачів освіти регламентується Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки від 26.06.2025 р. (<https://is.gd/4TlaU2>).

Семестровий залік виставляється здобувачам освіти на підставі результатів виконання усіх видів запланованої навчальної роботи протягом семестру за 100-бальною шкалою. У дату складання заліку викладач записує у відомість суму поточних балів, які здобувач освіти набрав під час поточної роботи (шкала від 0 до 100 балів).

У випадку, якщо здобувач освіти протягом поточної роботи набрав менше як 60 балів, він складає залік під час ліквідації академічної заборгованості. У цьому випадку бали, набрані під час поточного оцінювання, анулюються.

Перездача підсумкового контролю освітнього компонента проводиться у вигляді письмової відповіді на одне теоретичне питання (30 балів) та розв'язку двох ситуаційних вправ – по 35 балів кожне). Максимальна оцінка за залік – 100 балів.

Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком освітнього процесу.

Перелік питань на залік

1. Охарактеризуйте товарно-цінову політику
2. Фактори, які впливають на формування цін
3. Основні типи цінових стратегій.
4. Вплив ринкової позиції на цінову політику
5. Методи ціноутворення
6. Роль еластичності попиту в ціноутворенні
7. Картельні угоди
8. Методи розрахунку собівартості товарів
9. Використання PEST-аналіз у ціноутворенні
10. Ціноутворення на основі вартості
11. Вплив сегментації ринку на ціноутворення
12. Конку rentне ціноутворення
13. Як екологічні чинники впливають на ціни?
14. Роль брендингу у формуванні ціни
15. Стратегії лідерства за витратами
16. Впровадження інновацій в цінову політику
17. Ризики у ціноутворенні
18. Визначення цінової еластичності пропозиції
19. Аналіз поведінки споживачів при зміні цін
20. Роль державного регулювання у ціноутворенні
21. Проведення аудиту цінової політики
22. Коригування цінової стратегії в кризових ситуаціях
23. Оцінка конкурентів з точки зору ціни
24. Сутність стратегії зволікання ціною

25. Роль логістики у формуванні ціни
26. Структура собівартості та її вплив на ціни
27. Роль CRM у ціноутворенні
28. Оцінка впливу курсових коливань на ціноутворення
29. Вплив ціни на імідж бренду
30. Сутність цінової ескалації
31. Роль алгоритмів у динамічному ціноутворенні
32. Сутність ціноутворення на основі оглядів
33. Розвиток цінової стратегії в умовах швидких ринкових змін
34. Сутність регіональної адаптація цін
35. Вплив CRM-системи на оптимізацію цінової політики
36. Визначення зв'язку між ціновою політикою та позиціонуванням бренду.
37. Сутність аналітичної записки про роль ціни у формуванні споживчої цінності товару.
38. Приклади цінової стратегії для виходу на новий регіональний ринок.
39. Характеристика впливу валютних коливань на внутрішні ціни бізнесу.
40. Порівняння політики фіксованих і договірних цін у міжнародній торгівлі
41. Сутність аналітичного звіту про формування цін у сфері електронної комерції.
42. Опис схеми взаємозв'язку “Кінцева ціна — споживацьке сприйняття — брендинг”.
43. Алгоритм прийняття рішень щодо зміни цін залежно від життєвого циклу товару.
44. Роль аналітика у системі ціноутворення підприємства.
45. Роль якості сервісу у товарно-ціновій конкурентоспроможності.
46. Характеристика звіту про вплив цифрових технологій на систему розрахунків і формування ціни.
47. Дослідження зміни цінової політики внаслідок кризи або війни.
48. Пропозиції з удосконалення політики лояльності для торгової мережі.
49. Характеристика карти ринку конкурентів за рівнем ціни та якості товару.
50. Розкрити поняття товарної політики підприємства та її місце у маркетинговій системі.
51. Охарактеризуйте взаємозв'язок між асортиментною та інноваційною політикою фірми.
52. Охарактеризуйте життєвий цикл товару та його значення для формування цінової стратегії.
53. Складіть узагальнену схему “Підсистеми товарної політики бізнесу”.
54. Поясніть відмінності між товарною номенклатурою, асортиментною групою та товарною одиницею.
55. Наведіть приклади успішних українських компаній із чітко визначеною товарною політикою.
56. Сформулюйте сутність поняття “цінова політика бізнес-структури”.
57. Назвіть чинники, що визначають гнучкість ціноутворення на підприємстві.
58. Поясніть роль попиту та пропозиції у формуванні ринкових цін.
59. Місце товарно-цінової політики у загальній економічній стратегії підприємства.
60. Чинники, що впливають на оновлення товарного асортименту.

Шкала оцінювання

Оцінювання результатів складання підсумкового контролю у вигляді заліку здійснюється у порядку, передбаченому прийнятою в Університеті системою контролю знань за 100-бальною шкалою з переведенням у лінгвістичну оцінку.

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 - 81	
67 -74	
60 - 66	
1 – 59	Незараховано (необхідне перескладання)

Критерії оцінювання результатів навчання:

60-100 балів (зараховано): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента в обсязі, необхідному для подальшого навчання і майбутньої роботи за фахом, здатний виконувати завдання, передбачені силабусом, ознайомлений з основною рекомендованою літературою; при виконанні завдань припускається помилок, але демонструє спроможність їх усувати.

1-59 балів (незараховано): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента на елементарному рівні, теоретичний зміст курсу не освоєний, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених силабусом завдань не виконано або містять грубі помилки.

VI. Рекомендована література та інтернет-ресурси

1. Благун І. Г. Товарна політика підприємства: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 268 с.
2. Герасимчук В. Г. Маркетинг і товарна стратегія підприємства: підручник. Київ : КНЕУ, 2020. 386 с.
3. Бланк І. А. Управління ціноутворенням на підприємстві: навч. посіб. Київ: Ніка-Центр, 2021. 432 с.
4. Котляр С. І. Товарна політика та ціноутворення: навч. посіб. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. 304 с.
5. Васильців Т. Г. Формування цінової політики підприємства в умовах ринку: монографія. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2023. 272 с.
6. Гринько Т. В. Цінова стратегія бізнес-структур: навч. посіб. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 220 с.
7. Бабій М. І. Товарна політика підприємства у сучасних умовах господарювання: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2020. 288 с.
8. Давиденко Н. М. Конкурентна цінова стратегія підприємства: монографія. Київ: КНЕУ, 2022. 276 с.
9. Карпенко О. В. Маркетингові аспекти товарно-цінової політики підприємства: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2021. 242 с.
10. Луцишин З. О. Політика ціноутворення у системі бізнес-моделювання: монографія. Львів: УАД, 2023. 310 с.
11. Чернявська О. В. Підприємництво і товарно-цінова політика: підручник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 352 с.
12. Мних Є. В. Формування товарного портфеля підприємства: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2020. 280 с.
13. Шульга Л. В. Розробка та реалізація цінової стратегії підприємства: підручник. Полтава: ПДАУ, 2024. 270 с.
14. Балабанова Л. В. Маркетингові стратегії товарної політики підприємства: навч. посіб. Дніпро: НГУ, 2020. 296 с.
15. Дикань В. Л. Економічна політика бізнес-структур: навч. посіб. Харків: УкрДАЗТ, 2022. 250 с.
16. Кизим М. О., Хаустова В. Є. Механізми формування цінової політики підприємств України: монографія. Харків: ІНЖЕК, 2021. 328 с.
17. Овчаренко І. М. Управління товарним асортиментом торговельного підприємства: навч. посіб. Харків: ХДУХТ, 2023. 280 с.
18. Жигалкевич Ж. М. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2020. 248 с.
19. Савчук В. П. Стратегічне управління ціноутворенням: монографія. Київ: КНЕУ, 2021. 312 с.
20. Гринів Б. В. Менеджмент товарної та цінової політики підприємства: навч. посіб. Львів : Новий Світ, 2023. 282 с.

21. Герасименко Ю. В. Аналітика у системі товарно-цінової стратегії підприємства: монографія. Київ: КНЕУ, 2022. 268 с.

22. Ковальчук Л. Т. Економічна діагностика товарно-цінової політики бізнесу: навч. посіб. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2024. — 254 с.

23. Петрук І. І. Управління цінами в умовах цифрової економіки: навч. посіб. Тернопіль: ТНЕУ, 2023. 296 с.

24. Федоренко В. Г. Стратегічне управління розвитком товарних ринків: монографія. Київ: НАДУ, 2020. 340 с.

25. Шевчук Н. П. Цінова політика підприємства: сучасні підходи і практичні інструменти: навч. посіб. Ужгород: УжНУ, 2024. 264 с.

Інтернет-ресурси

1. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>

2. Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com>

3. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

4. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії бібліотеки ВНУ імені Лесі Українки.
URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua>

5. Нормативно-правова база України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>

6. Офіційний сайт урядового порталу Кабінету Міністрів України. URL: www.kmu.gov.ua

7. Офіційний сайт Національного банку України. URL: www.bank.gov.ua

8. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL: www.me.gov.ua

9. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: www.minfin.gov.ua