



СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ

для здобувачів вищої освіти 4 курсу денної форми здобуття освіти
Освітньої програми «Маркетинг»
Спеціальності «075 Маркетинг»
Галузі знань «07 Управління та адміністрування»
Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ВИКЛАДАЧІ

Інформація про
викладача

МАЛІНІНА
Наталя
Геннадіївна

доцент кафедри
менеджменту,
маркетингу та
забезпечення якості у
фармації, кандидат
фармацевтичних наук,
доцент

[https:// mmqaph.nuph.edu.ua/](https://mmqaph.nuph.edu.ua/)

malinina_nata@ukr.net

- Назва закладу вищої освіти та підрозділу:** Національний фармацевтичний університет, кафедра менеджменту, маркетингу та забезпечення якості у фармації
- Адреса кафедри:** 61121, м. Харків, вул. Валентинівська, 4, 3-й поверх, т. 0572-67-91-72.
- Веб-сайт кафедри:** [https:// mmqaph.nuph.edu.ua/](https://mmqaph.nuph.edu.ua/)
- Консультації :** відбуваються онлайн відповідно до графіку, який розміщено на сайті кафедри менеджменту, маркетингу та забезпечення якості у фармації (за посиланням [https:// mmqaph.nuph.edu.ua/](https://mmqaph.nuph.edu.ua/)).
- Анотація освітнього компонента:** Освітній компонент «Маркетингове ціноутворення» є обов'язковим освітнім компонентом циклу професійної підготовки для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» із спеціальності «075 Маркетинг». Підсумковий контроль – семестровий залік. Екзамен.
- Мета викладання освітнього компонента:** є формування системи теоретичних знань щодо розроблення й реалізації маркетингової цінової політики, висвітлення питань ціноутворення на нові й традиційні товари та послуги, які виробляють і надають підприємства, визначення цінової стратегії, адаптивної до умов зовнішнього середовища.
- Компетентності відповідно до освітньої програми:**
Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК):
 - ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
 - ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
 - ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
 - ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
 - ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
 - ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
 - ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
 - ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.
 - ЗК11. Здатність працювати в команді.
 - ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
 - ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
 - ЗК15. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК16. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

Hard-skills / Фахові (спеціальні) компетентності (ФК):

ФК. 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

ФК 15. Здатність формувати програму лояльності споживачів на основі концепції соціальноетичного маркетингу та оцінювати її ефективність з урахуванням особливостей функціонування фармацевтичного ринку.

ФК 16. Здатність коректно застосовувати базові уявлення про ліки та фармацевтичні товари, систему лікарського забезпечення населення, про особливості фармацевтичного ринку та маркетингову політику фармацевтичних компаній (організацій) з урахуванням специфіки їх діяльності.

8. Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ПРН. 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та

управлінської ініціативи.

ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки

ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПРН 19. Використовувати знання вимог і обмежень маркетингової діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку.

ПРН 20. Демонструвати знання специфіки функціонування фармацевтичного ринку, його соціальної спрямованості, особливостей лікарських засобів як товару, ціноутворення на них, поведінки споживачів лікарських засобів, особливостей та етичних аспектів просування лікарських засобів.

9. Статус освітнього компонента: обов'язковий.

10. Пререквізити освітнього компонента: загальна економічна теорія, менеджмент, маркетинг, теорія ймовірності і математична статистика, інформатика, економетрика, економіка підприємства, паблік рилейшнз, електронна комерція, поведінка споживача, маркетингова товарна політика, маркетинг промислового підприємства, інфраструктура товарного ринку.

11. Обсяг освітнього компонента: 5,0 кредити ЕКТС: 150 годин аудиторних занять: 14 – годин лекцій, 40 – практичних занять, 8 – семінарських занять, 65,5 годин – самостійної роботи. 22,5 – семестровий екзамен.

12. Організація навчання:

Методи навчання:

- пояснювальний (інформаційно-репродуктивний) метод: Lecture-based learning – лекції, відео- матеріали;
- репродуктивний метод: традиційні практичні заняття;
- проблемне викладання: Brainstorming – метод «мозкового штурму»; Case-based learning – метод кейсів;
- частково-пошуковий метод: Game-based learning – ігрові методи навчання (ділові ігри); Team-based learning – метод роботи в малих групах.

Зміст освітнього компонента:

Модуль 1. Маркетингове ціноутворення.

Змістовий модуль 1. Сутність маркетингового ціноутворення. Методичні підходи до ціноутворення.

Тема 1. Концепція ціноутворення. Система цін і їх класифікація.

Тема 2. Чинники маркетингового ціноутворення. Структура ціни, знижки.

Тема 3. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу.

Тема 4. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури в ціноутворенні.

Тема 5. Корегування цін.

Змістовий модуль 2. Маркетингові стратегії і ризики у ціноутворенні

Тема 6. Формування цінової політики. Маркетингові стратегії ціноутворення.

Тема 7. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні.

Тема 8. Ціноутворення брендів.

Тема 9. Ціноутворення в міжнародному маркетингу.

Тема 10. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні.

Організація самостійної роботи:

Самостійна робота включає в себе вивчення питань з тем освітнього компонента, які не увійшли до аудиторних занять, та виконання завдань з цих питань з метою закріплення теоретичного матеріалу.

13. Види та форми контролю:

Види та форми контролю:

Поточний контроль:

Контроль знань на кожному занятті: усне опитування, складання тестових завдань, вирішення ситуаційних (розрахункових) задач.

Контроль змістових модулів: складання тестових завдань, вирішення ситуаційних (розрахункових) задач.

Умови допуску до контролю змістових модулів: наявність мінімальної кількості балів за заняття змістового модулю, за контроль змістового модулю 1 (для контролю змістового модуля 2).

Семестровий контроль:

Форма семестрового контролю: семестровий залік. Екзамен.

Умови допуску до семестрового контролю: поточний рейтинг більше 60 балів, наявність мінімальної кількості балів за контроль змістового модулю 1 та 2, відсутність невідпрацьованих пропусків практичних занять, виконання всіх вимог, які передбачені робочою програмою освітнього компонента.

14. Система оцінювання з освітнього компонента:

Оцінювання засвоєння тем освітнього компонента під час занять:

Номер теми освітнього компонента	Максимальна кількість балів за тему	Розподіл максимальної кількості балів за тему за видами робіт	Види робіт, за які здобувач отримує бали
Змістовий модуль 1			
Тема 1.	4	1	тестування
		1	усна відповідь
		2	вирішення ситуаційних завдань
Тема 2.	4	1	тестування
		1	усна відповідь
		2	вирішення ситуаційних завдань
Тема 3.	4	1	тестування
		1	усна відповідь
		2	вирішення ситуаційних завдань
Тема 4.	4	1	тестування
		1	усна відповідь
		2	вирішення ситуаційних завдань
Тема 5.	4	1	тестування
		1	усна відповідь
		2	вирішення ситуаційних завдань
Всього балів за змістовий модуль 1:		20	
Змістовий модуль 2			
Тема 6.	4	1	тестування
		1	усна відповідь
		2	вирішення ситуаційних завдань
Тема 7.	4	1	тестування
		1	усна відповідь
		2	вирішення ситуаційних (розрахункових) завдань
Тема 8.	4	1	тестування
		1	усна відповідь
		2	вирішення ситуаційних (розрахункових) завдань
Тема 9.	4	1	тестування
		1	усна відповідь
		2	вирішення ситуаційних (розрахункових) завдань
Тема 10.	4	1	тестування
		1	усна відповідь
		2	вирішення ситуаційних (розрахункових) завдань
Всього балів за змістовий модуль 2:		20	
Всього балів за модуль:		40	

Вивчення освітнього компонента здобувачами вищої освіти можливе за допомогою неформальної

освіти. Замість виконання видів робіт з будь-якої теми освітнього компонента можуть зараховуватись такі види робіт здобувача вищої освіти:

– участь в майстер-класах, форумах, конференціях, семінарах, вебінарах з теми освітнього компонента (з підготовкою есе, тез доповідей, інформаційного повідомлення тощо, що підтверджено програмою заходу, або тезами доповідей, або відповідним сертифікатом);

– участь у науково-дослідних та прикладних дослідженнях з теми освітнього компонента (в розробці анкетних форм, проведенні експериментальних досліджень, обробці результатів дослідження, підготовці звіту, презентації результатів тощо, що підтверджується демонстрацією відповідних матеріалів).

Оцінювання здобувачів за видами робіт під час занять:

<i>Види робіт, за які здобувач отримує бали</i>	<i>Максимальна кількість балів</i>
тестування	10
усна відповідь	10
вирішення ситуативних (розрахункових) завдань	20
<i>Всього балів:</i>	<i>40</i>

Оцінювання під час контролю змістових модулів:

<i>Види робіт, за які здобувач отримує бали</i>	<i>Розподіл максимальної кількості балів за контроль змістового модуля за видами робіт</i>	<i>Максимальна кількість балів за контроль змістового модуля</i>
<i>Змістовий модуль 1</i>		
тестування	10	30
відповіді на теоретичні питання та вирішення розрахункових завдань	20	
<i>Змістовий модуль 2</i>		
тестування	10	30
відповіді на теоретичні питання та вирішення розрахункових завдань	20	
<i>Всього балів за контроль змістових модулів:</i>		<i>60</i>

Оцінювання самостійної роботи здобувача освіти:

під час поточного контролю: вивчення питань з тем освітнього компонента, які не увійшли до аудиторних занять, та виконання завдань з цих питань з метою закріплення теоретичного матеріалу.

під час контролю змістового модуля 1: білети до змістового модуля 1 включають теоретичні питання та тестові завдання.

під час контролю змістового модуля 2: білети до змістового модуля 1 включають теоретичні питання та тестові завдання.

Шкала оцінювання семестрового заліку:

При вивченні освітнього компонента застосовується декілька шкал оцінювання: 100-бальна шкала, недиференційована («зараховано», «не зараховано») двобальна шкала та рейтингова шкала ECTS. Результати конвертуються із однієї шкали в іншу згідно таблиці.

<i>Сума балів за 100-бальною шкалою</i>	<i>Шкала ECTS</i>	<i>Оцінка за недиференційованою шкалою</i>
90-100	A	зараховано
82-89	B	

74-81	C	не зараховано
64-73	D	
60-63	E	
35-59	FX	
1-34	F	

Оцінювання семестрового екзамену

Здобувачі, які набрали за модуль 1 та 2 не менше 91 балів, відвідували лекції, звільняються від здачі екзамену.

Структура екзаменаційного білета :

Теоретичні питання вивчення модулів 1 та 2 та практична ситуація, результати інтерпретуються за шкалою:

Бали екзамен	Національна шкала	Критерії оцінки
90-100	відмінно	виставляється здобувачу вищої освіти, який при відповіді на запитання виявив всебічні, систематизовані, глибокі знання програмного матеріалу, правильно та повністю виконав поставлене практичне завдання, вміє грамотно інтерпретувати одержані результати; продемонструвати знання, передбачені на рівні творчого використання.
74-89	добре	виставляється здобувачу вищої освіти, який при відповіді на запитання виявив повне знання програмного матеріалу, передбачене на рівні аналогічного відтворення, правильно виконав поставлене завдання, показав володіння практичними навичками, але припустив окремі несуттєві помилки.
60-73	задовільно	виставляється здобувачу вищої освіти, який при відповіді на запитання виявив недостатні знання основного програмного матеріалу, в обсязі, що необхідний для подальшого навчання і роботи, передбачених програмою на рівні репродуктивного відтворення; в цілому справився з поставленим завданням, але при цьому окремими навичками володіє невпевнено.
0-59	незадовільно	виставляється, якщо при відповіді на питання здобувач вищої освіти виявив серйозні пробіли в знаннях основного матеріалу, допустив принципові помилки, не зміг виконати практичні завдання, не вирішено задачу, розрахунки проведено невірно тощо.

Результати інтерпретуються за наступною схемою:

Сума балів за 100- бальною шкалою	Шкала ECTS	Оцінка за чотирибальною шкалою	Оцінка за недиференційованою шкалою
90-100	A	Відмінно	Зараховано
82-89	B	Добре	
74-81	C		
64-73	D	Задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	Незадовільно	Не зараховано
1-34	F		

15. Політики освітнього компонента:

Політика щодо академічної доброчесності. Ґрунтується на засадах академічної доброчесності, наведених в ПОЛ «Про заходи щодо запобігання випадків академічного плагіату у НФаУ». Списування при оцінюванні успішності здобувача вищої освіти під час контрольних заходів на практичних (семінарських, лабораторних) заняттях, контролю змістових модулів та семестрового екзамену заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача освіти є підставою для її незарахування викладачем.

Політика щодо відвідування занять. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відвідувати навчальні заняття (ПОЛ «Про організацію освітнього процесу НФаУ») згідно з розкладом (<https://nuph.edu.ua/rozklad-zanyat/>), дотримуватися етичних норм поведінки.

Політика щодо дедлайнів, відпрацювання, підвищення рейтингу, ліквідації академічної заборгованості. Відпрацювання пропущених занять здобувачем вищої освіти здійснюється відповідно до ПОЛ «Положення про відпрацювання здобувачами пропущених навчальних занять та порядок ліквідації академічної різниці в навчальних планах у НФаУ» згідно з встановленим на кафедрі графіком відпрацювань пропущених занять. Підвищення рейтингу та ліквідація академічної заборгованості з освітньої компоненти здійснюється здобувачами освіти відповідно до порядку, наведеного в ПОЛ «Про порядок оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у НФаУ». Здобувачі вищої освіти зобов'язані дотримуватися усіх строків, визначених кафедрою для виконання видів письмових робіт з освітньої компоненти. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку – до 20% від максимальної кількості балів за даний вид роботи.

Політика щодо оскарження оцінки з освітньої компоненти (апеляції). Здобувачі вищої освіти мають право на оскарження (апеляцію) оцінки з освітньої компоненти, отриманої під час контрольних заходів. Апеляція здійснюється відповідно до ПОЛ «Положення про оскарження результатів семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти у НФаУ».

Політика щодо визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти здобувачами вищої освіти. Здобувачі вищої освіти мають право на визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті відповідно до ПОЛ «Про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти здобувачами вищої освіти у НФаУ».

В рамках академічної свободи викладача замість виконання видів робіт з теми освітньої компоненти можливим є зарахування неформальної освіти здобувача вищої освіти.

16. Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітнього компонента:

Обов'язкова література	1. Мнушко З. М. Менеджмент та маркетинг у фармації. Ч. I. Менеджмент у фармації : підруч. для студ. вищ. навч. закладів / З. М. Мнушко, Н. М. Діхтярьова ; за ред. З. М. Мнушко. – 2-е вид. – електронний інтерактивний підручник. 2. Мнушко З. М. Менеджмент та маркетинг у фармації. Ч. II. Маркетинг у фармації : підруч. для студ. ВНЗ. – 2-ге вид., доп. та перероб. / З. М. Мнушко, Н. М. Діхтярьова ; за ред. З. М. Мнушко. – електронний інтерактивний підручник. 3. Окландер, М. А. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / М. А. Окландер. – К.: Центр навчальної і практичної літератури, 2017. – 240 с. 6. 4. Півень, О.П. Маркетингове ціноутворення: методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи студентів напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» / О. П. Півень.- Х. : НФаУ, 2015.- 116 с. 7. Пінішко, В. С. Ціно- і тарифотворення : навч. посіб. / В. С. Пінішко. – Львів: «Магнолія 2006», 2019. – 303 с. 5. Фармацевтичний маркетинг та менеджмент : навч. посіб. для здобувачів вищої освіти / В. В. Малий, С.В. Жадько, О.М. Євтушенко та ін.; за заг.ред. проф. В. В. Малого. – Х. : НФаУ, 2022. – 226 с.
-------------------------------	---

Додаткова література для поглибленого вивчення освітнього компонента	1. Ковальчук, С.В. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / С.В. Ковальчук, І.В. Гвоздьдецька, С.М. Синиця. – Львів : «Новий Світ - 2000», 2014. – 352 с. 2. 2. Корієв, В. Л. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. /В. Л. Корієв, М. Х. Корецький, О. І. Дацій. – К.: Центр навчальної і практичної літератури, 2019. – 200 с. 3. 3. Методичні вказівки до підготовки і проведення комплексного державного іспиту за фахом для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки 6. 030507 «Маркетинг» / Л. П. Дорохова, В. В. Малий, М. М. Слободянюк, О. П. Півень. О. М. Євтушенко, А.Б. Ольховська. – Х.: НФаУ, 2015. – 41 с. 4. Сучасний маркетинг: аналіз та перспективи розвитку : наук. вид. / за заг. ред. П.А. Орлова. Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 210 с.
Актуальні електронні інформаційні ресурси (журнали, сайти тощо) для поглибленого вивчення освітнього компонента	1. Сайт кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу: http://mmf.nuph.edu.ua 2. Бібліотека НФаУ: http://lib.nuph.edu.ua 3. Сайт дистанційного навчання www.pharmel.kharkiv.edu 4. Верховна Рада України. Законодавство України: http://zakon.rada.gov.ua 5. Офіційне Інтернет-представництво Президента України: http://www.president.gov.ua 6. Урядовий портал. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України: http://www.kmu.gov.ua 7. Офіційний сайт Харківської міської ради, міського голови, виконавчого комітету: http://www.city.kharkov.ua 8. МОЗ України : http://www.moz.gov.ua 9. Держлікінспекція України: http://www.diklz.gov.ua 10. Державний експертний центр МОЗ України: http://www.dec.gov.ua 11. Перший незалежний фармацевтичний бізнес-портал – ThePharma.Media 12. Сайт ВООЗ: http://www.who.int. 13. Сайт Всеукраїнського фармацевтичного інформаційного центру: http://www.pharm-info.com. 14. Журнал «Соціальна фармація в охороні здоров'я»: http://www.sphhcj.nuph.edu.ua 15. Журнал «Управління, економіка та забезпечення якості в фармації»: http://uekj.nuph.edu.ua/ 16. Щотижневик Аптека : http://www.apтека.ua
Система дистанційного навчання Moodle	https://pharmel.kharkiv.edu/moodle/course/view.php?id=977

17. Матеріально-технічне й програмне забезпечення освітнього компонента:

Технічне забезпечення – комп'ютер, відеокамера, мультимедійний проектор, екран.

Програмне забезпечення: Microsoft Word, Excel, Power Point, Acrobat rider, Google Workspace for Education Standard, ZOOM, MOODLE.