

## Зміст

Вступ .....	6
<b>Тема 1. Введення в ціноутворення .....</b>	<b>8</b>
1.1. Теорії ціноутворення.....	8
1.2. Внесок у розвиток теорії ціноутворення українських економістів .....	21
1.3. Сучасні тенденції в галузі ціноутворення .....	28
Питання для самоконтролю .....	32
Тестові завдання.....	33
<b>Тема 2. Формування цінової політики.....</b>	<b>35</b>
2.1. Цінова політика та принципи її формування .....	35
2.2. Етапи процесу формування цінової політики підприємства .....	39
2.3. Цілі цінової політики та шляхи її реалізації.....	42
Питання для самоконтролю .....	48
Тестові завдання.....	48
<b>Тема 3. Ціна як інструмент маркетингової політики.....</b>	<b>51</b>
3.1. Місце ціни в комплексі маркетингу підприємства .....	51
3.2. Роль ціноутворення у формуванні маркетингової політики підприємства.....	55
3.3. Сучасні тенденції посилення ролі маркетингу в ціноутворенні.....	58
Питання для самоконтролю .....	60
Тестові завдання.....	60
<b>Тема 4. Система цін та їх класифікація.....</b>	<b>64</b>
4.1. Суть ціни та її місце в системі відносин розширеного відтворення.....	64
4.2. Функції ціни .....	68
4.3. Система цін та особливості вітчизняного ціноутворення в ринкових умовах .....	73
Питання для самоконтролю .....	83
Тестові завдання.....	83
<b>Тема 5. Фактори маркетингового ціноутворення .....</b>	<b>86</b>
5.1. Чинники впливу на процес маркетингового ціноутворення.....	86
5.2. Вплив попиту й пропозиції на формування ринкових цін. Цінова еластичність.....	89
5.3. Чинники, що визначають цінову чутливість споживачів .....	95
5.4. Вплив на формування ціни конкурентної структури ринку .....	108
5.5. Вплив витрат та інших ціноутворюючих факторів на формування ціни ...	114
5.6. Вплив на ціноутворення властивостей товару та його оцінювання споживачами.....	122
5.7. Вплив на ціноутворення фактору взаємодії учасників каналу товаропросування.....	124
5.8. Вплив держави на процес ціноутворення.....	125

Питання для самоконтролю .....	126
Тестові завдання .....	127
<b>Тема 6. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу .....</b>	<b>130</b>
6.1. Методичні підходи до розрахунку ціни на підприємстві .....	130
6.2. Витратні методи ціноутворення .....	132
6.2. Характеристика ринкових методів ціноутворення .....	138
6.4. Параметричні методи ціноутворення .....	147
Питання для самоконтролю .....	148
Тестові завдання .....	149
<b>Тема 7. Маркетингові стратегії ціноутворення .....</b>	<b>152</b>
7.1. Визначення сутності стратегії та її місця в процесі ціноутворення .....	152
7.2. Стратегії, що супроводжують виведення нового товару на ринок .....	160
7.3. Конкурентні цінові стратегії .....	163
7.4. Стратегія диференційованих цін .....	164
7.5. Стратегія встановлення цін за географічним фактором .....	166
7.6. Стратегії ціноутворення в межах товарної номенклатури .....	168
7.7. Стратегії цін у співвідношенні «ціна-якість» .....	170
Питання для самоконтролю .....	171
Тестові завдання .....	171
<b>Тема 8. Процедура прийняття рішень щодо визначення ціни.</b>	
Коригування цін .....	175
8.1. Процедура прийняття рішень щодо визначення ціни .....	175
8.2. Адаптування ціни до ринкових змін: тактика ціноутворення .....	182
8.3. Цінове стимулювання збуту .....	188
Питання для самоконтролю .....	191
Тестові завдання .....	191
<b>Тема 9. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у</b>	
<b>ціноутворенні .....</b>	<b>195</b>
9.1. Ринкова кон'юнктура: поняття та сутність .....	195
9.2. Показники ринкової кон'юнктури .....	200
9.3. Роль маркетингових досліджень в процесі реалізації цінової політики .....	207
9.4. Методи та прийоми маркетингових досліджень, що застосовують	
у ціноутворенні .....	209
9.5. Особливості проведення маркетингових досліджень при	
формуванні цінової політики .....	224
Питання для самоконтролю .....	232
Тестові завдання .....	233
<b>Тема 10. Ціноутворення у міжнародному маркетингу .....</b>	<b>236</b>
10.1. Світові ціни і специфіка їх формування .....	236

10.2. Види світових цін та їх характеристика.....	239
10.3. Методи визначення зовнішньоторговельних цін та їх особливості ....	241
10.4. Особливості цінового маркетингу на міжнародному ринку.....	244
Питання для самоконтролю .....	249
Тестові завдання.....	249
<b>Тема 11. Оцінювання помилки і ризику у ціноутворенні.....</b>	<b>252</b>
11.1. Ціновий ризик, його сутність та особливості визначення .....	252
11.2. Методичний підхід до врахування ризику при формуванні цінової політики .....	259
11.3. Управління ціновим ризиком на підприємстві .....	269
Питання для самоконтролю .....	276
Тестові завдання.....	276
<b>Тема 12. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні .....</b>	<b>279</b>
12.1. Цілі та методи державного регулювання цін.....	279
12.2. Вплив державного регулювання цін на економічні процеси .....	281
12.3. Методи державного регулювання цін в Україні.....	291
Тестові завдання.....	294
<b>Тема 13. Ціноутворення брендів.....</b>	<b>297</b>
13.1. Основні складові бренду та необхідність стратегічного управління марочними активами.....	297
13.2. Вплив марочної стратегії на результативність фінансової діяльності підприємств .....	308
13.3. Методи оцінювання вартості бренду .....	311
Питання для самоконтролю .....	319
Тестові завдання.....	319
<b>Практичний блок.....</b>	<b>322</b>
Задачі .....	322
Методичні вказівки для розв'язування задач .....	345
<b>Список рекомендованої літератури.....</b>	<b>349</b>