

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ**

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ЦІНОВА ПОЛІТИКА»

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 Управління та адміністрування
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Перший (бакалаврський)
ФАКУЛЬТЕТ	Економічний

Робоча програма навчальної дисципліни «Цінова політика» для здобувачів вищої освіти економічного факультету за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», перший (бакалаврський) рівень вищої освіти / Укладач А.О. Шевченко А.О. Біла Церква: БНАУ, 2025. 17 с.

Укладач: канд. екон. наук, доцент Шевченко А.О.

Робочу програму затверджено на засіданні кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності (Протокол № 10 від 06.06. 2025 р.)

Завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, д. е. н., професор



Л.М. Сатир

Гарант ОП «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
к. е. н., доцент



В.М. Кепко

Схвалено групою зі змісту та якості освіти економічного факультету
(Протокол № 6 від 26.06.2025 р.)

Голова групи зі змісту та якості освіти економічного факультету
д-р екон. наук, професор



Л.М. Паска

ЗМІСТ

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ	5
3. КОМПЕТЕНТНОСТІ ВІДПОВІДНО ДО СТАНДАРТУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 076 «ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ»	5
4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	5
5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ЦІНОВА ПОЛІТИКА»	6
6. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ	6
7. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	7
7.1. Лекції	7
7.2. Практичні	9
7.3. Самостійна робота	9
7.4. Орієнтовна тематика індивідуальних завдань	10
8. МЕТОДИ НАВЧАННЯ	10
9. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ	11
10. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	11
11. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	11
12. ПЕРЕЛІК НАОЧНИХ ТА ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ НАВЧАННЯ	13
РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ	13

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Згідно з навчальним планом на 2025–2026 навчальний рік, на вивчення дисципліни «Цінова політика» для денної форми навчання виділено всього 120 академічних годин (4 кредитів ECTS), у т.ч. аудиторних – 42 годин (лекції – 14, практичні заняття – 28), самостійна робота студентів – 78 годин.

Опис навчальної дисципліни за показниками та формами навчання наведено в таблиці:

Найменування показників	Шифр та найменування галузі знань, спеціальності, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів, відповідних ECTS – 4	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»	Вибіркова	
Змістових модулів – 2		Рік підготовки:	
Індивідуальне науково-дослідне завдання – розрахункове	076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»	4-й	4-й
Загальна кількість академічних годин – 120		Семестр	
		7-й	8-й
		Лекції	
		14 год	6 год
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента –4.6	Перший(бакалаврський) рівень вищої освіти	Практичні	
		28 год.	6 год.
		Самостійна робота	
		78 год	108 год.
		Підсумковий контроль: залік	

Метою вивчення дисципліни «Цінова політика» є формування ґрунтовних теоретичних засад ціноутворення та практичних навичок у сфері визначення й обґрунтування цінової політики, цінових стратегій та цінової тактики підприємства на різні види товарів і послуг, методики формування цін та її окремих елементів.

2. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Вибіркова навчальна дисципліна «Цінова політика» базується на знаннях таких дисципліни, як «Вища та прикладна математика», «Підприємництво», «Економіка підприємства», «Торговельне підприємництво», «Маркетинг».

3. КОМПЕТЕНТНОСТІ ВІДПОВІДНО ДО СТАНДАРТУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 076 « ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ»

ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.

ЗК3. Здатність спілкуватися державною мовою, як усно так і письмово.

ЗК 5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 6. Здатність до пошуку оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

СК 2.Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких і торговельних структур.

СК 4. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких та торговельних структур.

СК 10. Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва та торгівлі з урахуванням ризиків.

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

ПРН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій та торговельній діяльності.

ПРН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва та торгівлі.

ПРН 5. Організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва та торгівлі

ПРН 12. Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких та торговельних структур.

ПРН 20. Знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур з урахуванням ризиків.

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ЦІНОВА ПОЛІТИКА»

Змістовий модуль 1. Економічна сутність ціни та методи ціноутворення

Тема 1.1. Система цін та їх класифікація

Тема 1.2. Особливості ціноутворення на різних типах ринків

Тема 1.3. Методи визначення цін на підприємствах

Тема 1.4. Цінові стратегії підприємства

Змістовий модуль 2. Цінова політика та стратегія підприємства

Тема 2.1. Ціноутворення на підприємствах сільськогосподарського виробництва.

Тема 2.2. Ціноутворення на споживчі товари, товари виробничо-технічного призначення та в роздрібній торгівлі

Тема 2.3. Ціноутворення в зовнішньоекономічній діяльності

6. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	всього	у тому числі					всього	у тому числі				
		л	п	лб	інд	СРС		л	п	лб	інд	СРС
Змістовий модуль 1. Економічна сутність ціни та методи ціноутворення												
Тема 1.1	17	2	2		6	7	15				6	9
Тема 1.2	17	2	2		6	7	17	2			6	9
Тема 1.3.	18	2	2		6	8	17		2		6	9
Тема 1.4	18	2	4		4	8	15	1	1		6	7
Разом за модуль 1	70	8	10		22	30	64	3	3		24	34
Змістовий модуль 2. Цінова політика та стратегія підприємства												
Тема 2.1	16	2	6		4	4	11	1			6	9
Тема 2.2	18	2	6		6	4	16		2		7	9
Тема 2.3	16	2	6		4	4	15	2	1		7	12
Разом за модуль 2	50	6	18		14	12	56	3	3		20	30

Всього годин	120	14	28	–	36	42	120	6	6	–	44	64

Примітка: л – лекції, п – практичні заняття, лб – лабораторно-практичні заняття; інд – індивідуальні завдання, СРС – самостійна робота студентів.

7. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

7.1. Лекції

Тема і зміст лекції	К-ть годин
<i>Змістовий модуль 1. Економічна сутність ціни та методи ціноутворення</i>	
1.1. Система цін та їх класифікація Поняття, сутність та об'єктивна необхідність системи цін. Взаємозв'язок і взаємозалежність цін. Принципи взаємозв'язку цін. Основні підсистеми діючої системи цін. Класифікація цін в залежності від обслуговуючих ними галузей і сфер економіки. Тарифи вантажного транспорту і зв'язку. Види цін в залежності від району реалізації. Види цін в залежності від врахування в них транспортних витрат.	2
1.2. Особливості ціноутворення на різних типах ринків Характеристика ціноутворення в умовах вільної конкуренції. Стратегії ціноутворення в умовах вільної конкуренції. Специфікація формування монопольних цін. Стратегії ціноутворення на монопольному ринку як прояв цінової дискримінації. Сутнісна характеристика і умови прояву довершеної цінової дискримінації. Механізм використання стратегії численних цін, умови її здійснення. Специфіка та сфера використання стратегій комплексного ціноутворення. Основні стратегії ціноутворення при олігополії.	2
1.3. Методи визначення цін на підприємствах Поняття і система методів ціноутворення. Основні групи цінових методів: затратні, ринкові, економетричні. Сутність методу повних витрат, його основні переваги та недоліки. Встановлення ціни на основі аналізу беззбитковості і забезпечення цільового прибутку. Ринкові методи визначення ціни: метод з орієнтацією на попит, метод з орієнтацією на цінові дії конкурентів.	2
1.4. Цінові стратегії підприємства Цінова стратегія підприємства як інструмент управління процесом ціноутворення. Зв'язок цінової стратегії підприємства та цілей і стратегічних завдань ціноутворення. Особливості цілей цінової стратегії підприємства. Основні підходи до формування цілей	2

цінової стратегії. Класифікація цілей цінової стратегії підприємства. Послідовність та зміст етапів формування цінової стратегії.	
Разом за змістовий модуль 1	8
<i>Змістовий модуль 2. Цінова політика та стратегія підприємства</i>	
2.1. Ціноутворення на підприємствах сільськогосподарського виробництва Основні підходи до ціноутворення. Особливості формування закупівельних цін. Фактори, що впливають на формування цін на сільськогосподарську продукцію. Формування цін по різних каналах збуту. Вплив посередницьких структур на формування цін на продукцію сільського господарства. Роль аграрних бірж в ціноутворенні.	2
2.2. Ціноутворення на споживчі товари, товари виробничо-технічного призначення та в роздрібній торгівлі Мотиви придбання споживчих товарів як фактор ціноутворення. Роль цінової стратегії в процесі формування цін на продукцію виробничо-технічного призначення. Особливості ціноутворення на продукцію виробничо-технічного призначення одноразового і багаторазового придбання. Цінова політика як система управління доходами торговельного підприємства. Вплив цінової політики виробника на роздрібні ціни.	2
2.3. Ціноутворення в зовнішньоекономічній діяльності Специфіка ціноутворення на світових ринках: ступінь державного втручання, велика різноманітність ринків, зростання цін на експортовану продукцію, розбіжності у практиці встановлення фіксованих та гнучких цін, відмінності у стратегії ведення конкурентної боротьби. Ціни довгострокових зовнішньоторговельних контрактів. Спосіб фіксації ціни.	2
Разом за змістовий модуль 2	6
Всього	14

7.2. Практичні заняття

№ з/п	Назва теми	К-ть годин
<i>Змістовий модуль 1. Система цін та їх класифікація</i>		
1	Розрахунок коефіцієнта цінової еластичності.	2
2	Розрахунок коефіцієнта перехрестної цінової еластичності.	2
3	Визначення відпускної ціни. Визначення оптової ціни.	2
4	Розрахунок акцизу та ПДВ. Визначення роздрібною ціни.	4
Разом за змістовий модуль 1		10

<i>Змістовий модуль 2. Цінова політика та стратегія підприємства</i>		
7	Розрахунок ціни витратним методом. Розрахунок суми валового доходу, одержаного у вигляді торговельних надбавок, знижок, винагород, зборів тощо.	6
8	Розрахунок ціни методом беззбитковості. Розрахунок взаємозв'язку між зміною ціни та прибутком.	6
9	Розрахунок ціни параметричним методом. Розрахунок ковзної ціни.	6
10	Розрахунок похибок у зовнішньоторгівельному контракті через конкурентний лист	4
Разом за змістовий модуль 2		18
Всього		28

7.3. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	К-ть годин
<i>Змістовий модуль 1. Система цін та їх класифікація</i>		
1	Затратна теорія ціни та її вплив на економічні відносини.	13
2	Економічні та адміністративні санкції за порушення державної дисципліни цін.	13
3	Методи максимізації продажу з використанням цінових знижок.	16
4	Формування ціни за методом стандартних (нормативних) затрат.	12
Разом за змістовий модуль 1		52
<i>Змістовий модуль 2. Цінова політика та стратегія підприємства</i>		
5	Поняття і система цілей цінової політики підприємства, їх класифікація і вимоги до їх встановлення.	8
6	Типові помилки, які допускають підприємці при розробці цінової політики.	10
7	Стратегія преміального ціноутворення. Стратегія нейтрального ціноутворення. Стратегії конкурентного ціноутворення.. Стратегія швидкого повернення коштів.	8
Разом за змістовий модуль 2		26
Всього годин		78

Примітка: У розрахунку годин на виконання самостійної роботи передбачено час на виконання індивідуальних завдань

7.4. Орієнтовна тематика індивідуальних завдань

1. Особливості ціноутворення на світовому ринку транспортних послуг.
2. Ціноутворення в системі трансферу технологій.
3. Дослідження концептуальних основ вартості і ціни технологічної продукції та послуг.
4. Особливості ціноутворення на українському ринку.
5. Вплив Міжнародних правил Інкотермс на ціноутворення на світових товарних ринках
6. Особливості використання техніко-економічних модифікаторів цін.
7. Особливості ціноутворення на окремі об'єкти інтелектуальної власності.
8. Тенденції цін на сільськогосподарську продукцію на світових ринках.
9. Особливості ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції
10. Особливі чинники, що впливають на ціноутворення в сфері послуг.
11. Особливості формування тарифів на послуги житлового господарства.
12. Особливості формування тарифів на комунальні послуги.
13. Місце системи цін в проблемі економічного зростання.
14. Зв'язок ціни з інфляцією, тіньовою економікою.
15. Метод встановлення ціни з урахуванням «цінності» товару для споживача.
16. Метод питомих показників та регресійного аналізу .
17. Обґрунтування ефективності стратегії низьких і високих цін.
18. Встановлення цін на групу однорідної продукції певного рівня якості з використанням цінових ліній.
19. Використання шкали кількісних знижок для підприємства.
20. Ціноутворення в сфері туристичних послуг.

8. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Під час лекційного курсу застосовуються слайдові презентації у програмі Microsoft Office Power Point, дискусійне обговорення проблемних питань. Практичні заняття проводяться у вигляді семінарів-практикумів із заслуховуванням доповідей та презентацій; розглядом проблемних ситуацій, практичних кейсів; проведенням мозкових атак з використанням даних міжнародних консалтингових агенцій, компаній приватного сектора економіки, офіційних статистичних даних та даних маркетингових досліджень. Виконання самостійної та індивідуальної роботи передбачає використання дослідницького методу, методу самодіагностики, підготовку презентацій, написання есе, опрацювання додаткових джерел, посилення на які розміщені в системі Moodle та самостійний пошук необхідної інформації в

мережі Інтернет. У разі дистанційного і змішаного навчання використовуються навчальна платформа Moodle Білоцерківського НАУ, онлайн-платформи ZOOM, Microsoft Team, Google Meet, електронна пошта, мобільні додатки.

9. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Поточний контроль з предмету «Цінова політика» включає тематичне оцінювання та модульний контроль. Тематичне оцінювання аудиторної та самостійної роботи студентів здійснюється на основі отриманих ними поточних оцінок за усні та письмові відповіді з предмету, самостійні, практичні та контрольні роботи. Поточний контроль за виконанням ІНДЗ здійснюється відповідно до графіку виконання завдання. Модульний контроль проводиться у формі письмового контролю. Кількість отриманих балів з кожного виду навчальних робіт за різними формами поточного контролю виставляється студентам в електронний журнал після кожного контрольного заходу. Підсумковий контроль навчальної діяльності студентів здійснюється у формі заліку за результатами поточного контролю (тематичного оцінювання, виконання ІНДЗ та модульного контролю) і не передбачає обов'язкової присутності студентів. Результати заліку оприлюднюються в електронному журналі академічної групи до початку екзаменаційної сесії.

10. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання лекційних занять не передбачено. На лекційних заняттях ведеться облік присутності здобувачів для контролю відвідуваності занять. Оцінку на практичному занятті студент отримує за зроблені доповіді, презентації, активність під час дискусій. Під час модульного контролю засобами оцінювання результатів навчання з дисципліни є письмові контрольні роботи.

11. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання здобувачів освіти здійснюється за результатами поточного (практичні заняття, самостійна робота) та рубіжного (модульного) контролів за десятибальною шкалою – «1», «2», «3», «4» ... «10». 1 бал оцінювання (з заокругленням до цілого числа) відповідає 10 % правильних тверджень у разі усної відповіді, відповідей у тесті, виконаних завдань тощо. Бали з модульного контролю нараховуються за виконання модульної контрольної роботи. Відсутність студента на занятті («нб») у розрахунку середнього арифметичного значення (САЗ) приймається як «0». У кінці семестру

обчислюється САЗ всіх отриманих здобувачем вищої освіти оцінок з наступним переведенням його у бали за формулою:

$$\text{БПК} = \text{САЗ} \times k,$$

де БПК – бали з поточного контролю;

САЗ – середнє арифметичне значення усіх отриманих студентом оцінок;

k – коефіцієнт для певного виду контролю (практичні заняття, самостійна робота – «3», модульний контроль – «1» для форми підсумкового контролю «екзамен» та «4» для форми підсумкового контролю «залік»).

Результати поточного оцінювання здобувача (за 10-бальною шкалою) виставляються в електронний журнал АСУ БНАУ і автоматично переводяться у 100-бальну шкалу відповідно до розподілу балів за окремі види робіт.

Розподіл балів, що присвоюється здобувачам вищої освіти

Максимально можлива к-ть балів, якщо форма підсумкового контролю	Практичні заняття	Самостій на робота	Модульний контроль	Підсумкови й контроль	Загальний бал
Залік	30	30	40	-	100

Шкала оцінювання успішності здобувачів вищої освіти

За 100- бальною шкалою	За шкалою ECTS	За національною шкалою	
		іспит	залік
90–100	A	Відмінно	Зараховано
82–89	B	Добре	
75–81	C		
64–74	D	Задовільно	
60–63	E		
35–59	FX	Незадовільно (незараховано) з можливістю повторного складання	
1–34	F	Незадовільно (незараховано) з обов’язковим повторним вивченням	

12. ПЕРЕЛІК НАОЧНИХ ТА ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ НАВЧАННЯ

Наочні засоби:

1. Слайдові презентації у програмі Microsoft Office Power Point;

2. Нормативна документація;
3. Навчально-методичне забезпечення;
4. Система Е-навчання БНАУ (на платформі *Moodle*).

Технічні засоби:

1. Мультимедійний проектор Acer x1223.
2. Комп'ютери (Intel PQ6400) Акустична система Microlab FC330.
3. Програмне забезпечення: Metatrader.
4. Апаратні засоби мережі Інтернет.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні джерела

1. Мельник Л.Г., Карінцева О.І., Старченко Л.В. Маркетингова цінова політика: навч. посібник. Вид. Університетська книга, 2023. 246 с.
2. Бучнєв М.М. Маркетингове ціноутворення : навчальний посібник /М.М. Бучнєв.- Київ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2023. 134 с.
<https://dspace.snu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c43c465e-4414-4c4e-9c66-fdc0f2d61bc3/content>
3. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник /За ред. М.А. Окландер. К. : Центр учбової літератури, 2021. 284 с.
https://knushop.com.ua/index.php?route=product/product&product_id=1437
4. Цінова політика. Методичні вказівки для проведення практичних занять та самостійної роботи студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / Л. М. Сатир, А.О. Шевченко, Л.І. Стаднік, Р. П. Задорожна, А. В. Непочатенко, В.М. Кепко - Біла Церква, 2020. 61 с.
5. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с.

Додаткові джерела

1. В. В. Лагодієнко, Б. В. Єгоров, К. С. Озарко, О. М. Голодонюк. Маркетингове ціноутворення в умовах економічної нестабільності: виклики та можливості. *Інвестиції: практика та досвід*. № 2.2025. с.55-60.
<https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/5473>
- 2.Бабух І.Б., Фень К.С. Ціноутворення як складова маркетингового аналізу: сучасні підходи. *Економічний простір*. № 191, 2024.с.280-284.
<https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1566>
- 3.Кочевой М.М., Колесник О.О., Власова Г., Ціноутворення як інструмент маркетингового планування. *Економічний простір*.№ 190. 2024. С.275-279.
4. Веселовська Т. Є. Вплив війни на ціноутворення та споживчу поведінку в готельно-ресторанній сфері України. Академічні візії. Випуск 32. 2024. <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1200/1071>
- 5.Ратушняк О. Г., Глущенко Л. Д. Формування маркетингової цінової політики підприємства з врахуванням психологічних ефектів сприйняття ціни. *Innovation and Sustainability*. № 1, 2023.
6. Зіньцьо Ю.В., Даниленко М. В. Аналіз тенденцій розвитку маркетингової цінової політики в ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. Випуск № 58. 2023.
- 7.Кузьминчук Н. В., Куценко Т. М., Терованесова О. Ю., Фоменко В. М. Цінова політика підприємств як елемент маркетингового комплексу в системі маркетинг-менеджменту. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics», №31 (2022), 82-89. <https://modecon.mnau.edu.ua> | ISSN 2521-6392
8. Маркетингове ціноутворення. Методичні вказівки до виконання розрахунково - графічної роботи для здобувачів ступеню вищої освіти «бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» / Укладач С. О. Полковниченко. Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2021. 21 с.

Адреси сайтів в INTERNET

1. <http://www.ukrstat.gov.ua> – Державна служба статистики України
2. <http://kyivobl.ukrstat.gov.ua> – Головне управління статистики у Київській області
3. <https://data.gov.ua> – Єдиний державний веб-портал відкритих даних
4. <http://www.me.gov.ua> – Міністерство економічного розвитку і торгівлі України