



Ковальчук С. В., Гвоздецька І. В., Синиця С. М.

Маркетингова цінова політика: Навч. посібник. – Львів.: «Новий Світ-2000», 2015. – 352 с.

ISBN 978-966-418-149-2

Відповідно до нормативної програми дисципліни в навчальному посібнику «Маркетингова цінова політика» розглянуто комплекс питань щодо визначення сутності цінової політики, її функцій та ролі у комплексі маркетинг-мікс. Розкриті підходи до використання методів ціноутворення та формування цінової стратегії.

Викладені методичні рекомендації щодо вивчення особливостей дослідження ринкової кон'юнктури в ціноутворенні. Особливу увагу приділено питанням розробки цінової стратегії за умов врахування чиннику ризику. Викладені питання державного регулювання цінової політики та особливостей ціноутворення на брендову продукцію.

Глибокому засвоєнню теоретичного матеріалу мають посприяти розроблені до кожної теми питання для самоконтролю та тестові завдання, а також блок задач та вказівки до їх розв'язування.

Навчальний посібник «Маркетингова цінова політика» призначений для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів, може бути корисним для маркетологів-практиків або керівників підприємств.