

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ ВІЛЬНОГО ВИБОРУ ЗДОБУВАЧІВ

«АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА КОН'ЮНКТУРИ СВІТОВИХ РИНКІВ»

Лектор курсу			Совершенна Ірина Олексіївна, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу				
Контактна інформація лектора (e-mail),			i.sovershenna@duikt.edu.ua				
Сторінка курсу в Google Classroom			https://classroom.google.com/c/NzgwNDg3NTIzNzg5?cjc=tg4raujs ; Код купсу: tg4raujs				
Дисципліна вільного вибору здобувачів							
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	5	150	18	-	36	-	96
АНОТАЦІЯ КУРСУ							
Мета курсу:	формування у студентів загальних і професійних компетентностей щодо аналізу та оцінки основних тенденцій та темпів розвитку кон`юнктури світових ринків, а також методологічних основ проведення кон`юнктурних досліджень.						
В результаті вивчення дисципліни здобувач має знати				В результаті вивчення дисципліни здобувач має вміти			
– поняття ринку як економічної категорії; теорію кон`юнктури ринку у вигляді трьох основних наукових шкіл; три підходи до розуміння ринкової кон`юнктури, завдання аналізу кон`юнктури ринку; зміст і класифікацію видів економічної кон`юнктури; – структуру світових ринків (географічну, товарно-галузеву, соціально-економічну, за ступенем монополізації); сектори світового ринку за характером торговельних угод; механізм формування кон`юнктури світових товарних ринків; умови формування і форми прояву економічної кон`юнктури. – поняття економічного циклу, економічної хвилі; види коливань залежно від довжини хвилі за часовим чинником в теорії кон`юнктури: довгі, середні, короткі хвилі; зміст та ендогенний механізм довгоплинних коливань, фази довгих хвиль; малі цикли економічної кон`юнктури: криза, депресія, поживлення, піднесення; – класифікацію груп кон`юнктуруючих факторів; систему показників кон`юнктури; характеристику основних показників кон`юнктури товарного ринку;</li><li>– етапи дослідження економічної кон`юнктури та інформаційне забезпечення; класифікацію методів аналізу кон`юнктури ринку; організацію розробки кон`юнктурних прогнозів. – методику аналізу масштабу і потенціалу ринку; як визначати обсяги продажів, показники товарообігу; модель виробничого потенціалу ринку; як здійснювати аналіз структури ринку, як визначати ступінь монополізації ринку та інтенсивності конкуренції. – роль і функції ціни на ринку, методику аналізу ринкових цін, як визначати індивідуальний (однотоварний) рівень ціни, коефіцієнт варіації цін, методологію аналізу пропорційності, збалансованості ринку; товарну структура товарообігу, – статистичні методи виявлення тенденції розвитку ринку, трендові моделі розвитку ринку, класифікацію ринкових циклів, характеристики фаз економічного циклу, статистичні методи оцінки сезонних коливань ринку, метод трендового моделювання для оцінки характеристик ринкових індикаторів; – особливості сучасної світової економіки; галузеву специфіку і особливості кон`юнктурного аналізу в окремих сферах економіки.				– здійснювати глибокий аналіз стану ринку та виявляти його причинно-наслідкові зв`язки, досліджувати його кон`юнктуру, робити прогнози, визначати види кон`юнктури ринку за різними ознаками;</li><li>– визначати структуру світових ринків, ступінь монополізації, сектори світового ринку, форми прояву економічної кон`юнктури; – визначати цикли, фази довгих хвиль економічної кон`юнктури, розробляти маркетингові рекомендації для компаній галузі;</li><li>– визначати кон`юнктуруючі фактори; формувати систему показників кон`юнктури ринку для певних ринків;</li><li>– досліджувати економічну кон`юнктури з використанням інформаційного забезпечення; обирати методи дослідження, використовувати різні методи аналізу кон`юнктури ринку; будувати і організовувати розробку кон`юнктурних прогнозів; – аналізувати масштаб і потенціал ринку; визначати обсяги продажів, показники товарообігу; визначати виробничий потенціал ринку; місткість ринку; частку підприємства на ринку; рахувати коефіцієнт концентрації ринку; визначити рівень монополізації ринку; – аналізувати ринкові ціни, визначати індивідуальний рівень ціни товару, аналізувати товарну структуру товарообігу, пропорційність, збалансованість ринку; – робити аналіз стійкості, циклічності, сезонності ринку, визначати тенденції розвитку ринку різними методами, використовувати метод трендового моделювання для побудови моделей розвитку ринків; – робити кон`юнктурний аналіз в окремих сферах економіки з урахуванням галузевої специфіки, визначати тип структури і основні індикатори ринку, ключові фактори впливу; специфічні фактори кон`юнктури, тенденції розвитку.			

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1. Сутність і теоретичні засади економічної кон'юнктури		
Тема 1. Економічна характеристика кон'юнктури ринку <u>Знати:</u> поняття ринку як економічної категорії; теорію кон'юнктури ринку у вигляді трьох основних наукових шкіл; три підходи до розуміння ринкової кон'юнктури, завдання аналізу кон'юнктури ринку; зміст і класифікацію видів економічної кон'юнктури. <u>Вміти:</u> здійснювати глибокий аналіз стану ринку та виявляти його причинно-наслідкові зв'язки, досліджувати його кон'юнктуру, робити прогнози, визначати види кон'юнктури ринку за різними ознаками; <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-6 Оцінювання за тему = 11 балів	Лекція 1 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування, практичне завдання. Обговорення сутності та основних підходів до розуміння ринкової кон'юнктури. Визначення виду кон'юнктури за запропонованими викладачем ринковими ситуаціями та обґрунтування основних ознак її стану.
	Практичне заняття 2 2 год.	Усне опитування, робота з мінікейсом. Побудова «кон'юнктурного портрета» обраного світового товарного ринку: визначення його поточного стану, основних кон'юнктурутворюючих чинників та причинно-наслідкових зв'язків між ними. Формулювання короткого висновку щодо тенденцій розвитку ринку.
	Самостійна робота 10 год.	1. Опрацювання теоретичних засад кон'юнктури ринку. Порівняти основні наукові підходи до трактування кон'юнктури ринку та скласти узагальнювальну таблицю класифікації її видів. 2. Аналіз кон'юнктури обраного світового ринку. На основі відкритих інформаційних джерел визначити поточний стан обраного ринку, 3–5 основних чинників його формування та характер їхнього впливу. 3. Підготовка короткої аналітичної презентації. Представити результати дослідження у 5–7 слайдах та сформулювати висновок щодо поточної кон'юнктури і найближчих тенденцій розвитку ринку.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 1	Globalization, Economic Growth and Stability (Coursera, IE Business School) — курс присвячений аналізу макроекономічного середовища, економічного зростання, циклічних коливань та факторів, що впливають на стан економіки і ринків. Economics of Money and Banking (Coursera, Columbia University) — курс розглядає функціонування сучасних ринків, взаємозв'язки між економічними процесами та вплив фінансових факторів на ринкове середовище.	
Тема 2. Особливості кон'юнктурних досліджень світових ринків <u>Знати:</u> структуру світових ринків (географічну, товарно-галузеву, соціально-економічну, за ступенем монополізації); сектори світового ринку за характером торговельних угод; механізм формування кон'юнктури світових товарних ринків; умови формування і форми прояву економічної кон'юнктури. <u>Вміти:</u> визначати структуру світових ринків, ступінь монополізації, сектори світового ринку, форми прояву економічної кон'юнктури. <u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 3–7, 13–15 Оцінювання за тему = 11 балів	Лекція 2 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 3 2 год.	Усне опитування, практичне завдання. Аналіз структури обраного світового товарного ринку за географічною, товарно-галузевою та соціально-економічною ознаками. Визначення сектору ринку та основних форм прояву його кон'юнктури.
	Практичне заняття 4 2 год.	Усне опитування, ситуаційний мінікейс «Зміна кон'юнктури світового ринку». Аналіз впливу однієї зміни зовнішнього середовища (запровадження мита, зростання цін на енергоносії, технологічна зміна або обмеження міжнародної торгівлі) на стан обраного світового ринку. Визначення змін у поведінці експортерів та імпортерів і формулювання висновку щодо зміни кон'юнктури.
	Самостійна робота 10 год.	1. Дослідження структури світового ринку. Опрацювати основні підходи до класифікації світових ринків та скласти узагальнювальну схему їх географічної, товарно-галузевої і соціально-економічної структури. 2. Індивідуальне дослідження зарубіжного ринку. Обрати вітчизняний товар та одну країну потенційного експорту. Визначити характеристики відповідного ринку, основних учасників, сектор ринку та чинники, що формують його поточну кон'юнктуру.

		3. Аналітичний висновок. Оцінити можливості виходу обраного товару на досліджуваний зарубіжний ринок та сформулювати 3–5 висновків щодо сприятливих і стримувальних факторів.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 2	International Business I (Coursera, University of New Mexico) — курс присвячений особливостям функціонування компаній на міжнародних ринках, глобальному бізнес-середовищу, міжнародній торгівлі та факторам, які визначають діяльність підприємств у різних країнах. Курс викладається англійською мовою та передбачає можливість отримання сертифіката. International Business Environment (Coursera) — курс орієнтований на аналіз міжнародного бізнес-середовища та факторів, які впливають на функціонування компаній на зарубіжних ринках. Розглядаються економічні, політичні та інституційні умови міжнародного бізнесу, що може бути використано для аналізу чинників формування кон'юнктури світових ринків. Курс викладається англійською мовою та передбачає можливість отримання сертифіката.	
Тема 3. Аналіз динаміки і циклічності економічних процесів <u>Знати:</u> поняття економічного циклу, економічної хвилі; види коливань залежно від довжини хвилі за часовим чинником в теорії кон'юнктури: довгі, середні, короткі хвилі; зміст та ендогенний механізм довгоплинних коливань, фази довгих хвиль; малі цикли економічної кон'юнктури: криза, депресія, пожвавлення, піднесення. <u>Вміти:</u> визначати цикли, фази довгих хвиль економічної кон'юнктури, розробляти маркетингові рекомендації для компаній галузі. Рекомендовані джерела: 1–6, 19 Оцінювання за тему = 11 балів	Лекція 3 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 5 2 год.	Усне опитування, практичне завдання. Аналіз динаміки показників обраного світового ринку за визначений період. Побудова графіка динаміки, виявлення періодів зростання і спаду та визначення фази економічного циклу. Обґрунтування основних факторів виявлених змін.
	Практичне заняття 6 2 год.	Усне опитування, робота з мінікейсом «Маркетинг у різних фазах економічного циклу». Аналіз впливу зміни фази економічного циклу на попит і поведінку споживачів на обраному ринку. Розроблення 3–5 маркетингових рекомендацій для компанії щодо адаптації її діяльності до відповідної фази циклу.
	Самостійна робота 12 год.	Індивідуальне завдання. Аналіз циклічності світового ринку. Обрати один світовий ринок (нафти, смартфонів, одягу, нерухомості, ІТ-послуг, автомобілів тощо) та проаналізувати динаміку одного ключового показника за останні 10–15 років. Побудувати графік, визначити періоди зростання і спаду, пояснити основні причини змін та визначити поточну фазу розвитку ринку. Сформулювати 3–5 маркетингових рекомендацій для компаній галузі. Додаткове індивідуальне дослідження (за вибором здобувача). «Чи може розвиток штучного інтелекту бути чинником формування нового довгого економічного циклу?» Підготувати коротке аналітичне есе до 2–3 сторінок із наведенням міжнародних прикладів.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 3	1. Globalization, Economic Growth and Stability (Coursera, IE Business School) — курс присвячений аналізу економічного зростання, макроекономічної стабільності, економічних коливань та факторів, що впливають на динаміку економіки й ринків. 2. Macroeconomics for Business Management (Coursera) — курси цього напрямку присвячені застосуванню макроекономічних показників для оцінювання економічного середовища, аналізу циклічних змін та прийняття управлінських рішень.	
Тема 4. Система показників кон'юнктури ринку <u>Знати:</u> класифікацію груп кон'юктуроутворюючих факторів; систему	Лекція 4 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 7 2 год.	Усне опитування, практичне завдання. Класифікація кон'юктуроутворюючих факторів та показників кон'юнктури ринку за запропонованими викладачем ринковими ситуаціями. Визначення характеру та напряму впливу основних факторів на стан ринку.

показників кон'юнктури; характеристики основних показників кон'юнктури товарного ринку. Вміти: визначати кон'юктуроутворюючі фактори; формувати систему показників кон'юнктури ринку для певних ринків. Рекомендовані джерела: 1–5, 13–15, 20. Оцінювання за тему = 11 балів	Практичне заняття 8 2 год.	Усне опитування, робота з кейсом. Формування системи ключових показників для оцінювання кон'юнктури конкретного товарного ринку. Визначення показників попиту, пропозиції, цін, місткості та динаміки ринку, їх ранжування за значущістю. Формулювання висновку щодо показників, які найбільш повно характеризують поточний стан ринку.
	Самостійна робота 10 год.	1. Формування системи показників. Обрати один із запропонованих ринків (кава, електромобілі, соняшникова олія, стримінгові сервіси, маркетингові послуги, модний одяг тощо) та сформувати систему 5–7 показників, що характеризують його кон'юктуру. 2. Аналіз кон'юктуроутворюючих факторів. Визначити 3–5 основних факторів, що впливають на обраний ринок, класифікувати їх та пояснити характер впливу на відповідні показники. 3. Аналітична оцінка. На основі доступної міжнародної статистики та аналітичних даних оцінити поточний стан ринку, визначити основні ризики і перспективи та обґрунтувати, які 2–3 показники можуть бути найбільш інформативними для відстеження зміни його кон'юнктури.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 4	Market Research and Consumer Behavior (Coursera, IE Business School) — курс присвячений організації маркетингових досліджень, роботі з ринковою інформацією, аналізу ринку та використанню показників для обґрунтування маркетингових рішень. Business Analytics (Coursera) — курси цього напрямку присвячені роботі з системами показників, аналізу даних та використанню кількісної інформації для прийняття управлінських рішень. Можуть бути зараховані за умови, що програма обраного курсу охоплює аналіз ринкових показників та інтерпретацію даних і передбачає отримання сертифіката.	
Тема 5. Методичний інструментарій дослідження кон'юнктури ринку Знати: етапи дослідження економічної кон'юнктури та інформаційне забезпечення; класифікацію методів аналізу кон'юнктури ринку; організацію розробки кон'юнктурних прогнозів. Вміти: досліджувати економічну кон'юктуру з використанням інформаційного забезпечення; обирати методи дослідження, використовувати різні методи аналізу кон'юнктури ринку; будувати і організовувати розробку кон'юнктурних прогнозів. Рекомендовані джерела: 1–5, 14, 15, 18, 20. Оцінювання за тему = 11 балів	Лекція 5 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування, практичне завдання. Розроблення плану кон'юнктурного дослідження зарубіжного ринку на прикладі кейсу «Вихід компанії на ринок здорових снеків у Польщі»: визначення мети та етапів дослідження, необхідної інформації та її джерел, вибір методів збору й аналізу даних.
	Практичне заняття 10 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, практичне завдання. Обговорення основних методів прогнозування кон'юнктури ринку та вибору горизонту прогнозування. Побудова простого прогнозу розвитку ринку за запропонованими даними. Кейс «Аналітичний відділ міжнародної компанії»: вибір інформаційних джерел і методів аналізу, формування прогнозу та оцінювання його ризиків і достовірності. Коротке обговорення причин можливого відхилення фактичної динаміки ринку від прогнозованої.
	Самостійна робота 10 год.	Індивідуальне завдання «Розроблення методики кон'юнктурного дослідження ринку». 1. Формування програми дослідження. Обрати один ринок (електромобілі, кав'ярні, EdTech, fashion, AI-сервіси, косметика тощо), визначити мету, завдання та основні етапи його кон'юнктурного дослідження. 2. Інформаційне та методичне забезпечення. Визначити необхідні показники, джерела інформації та методи збору й аналізу даних. Обґрунтувати вибір методів відповідно до мети дослідження. 3. Організація прогнозування. Обрати метод і горизонт прогнозування, сформувати прогнозну оцінку розвитку ринку та визначити 3–5 факторів, які можуть знизити достовірність прогнозу.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 5	Market Research and Consumer Behavior (Coursera, IE Business School) — курс присвячений організації маркетингових досліджень, визначенню дослідницької проблеми, збору та аналізу ринкової інформації, використанню результатів дослідження для прийняття управлінських рішень.	

	Business Analytics with Excel: Elementary to Advanced (Coursera, Johns Hopkins University) — курс присвячений використанню кількісних методів та Excel для аналізу бізнес-даних, побудови аналітичних моделей та обґрунтування рішень. Доцільний для формування практичних навичок роботи з даними під час кон'юктурних досліджень.	
Розділ 2. Особливості кон'юктурного аналізу світових товарних ринків		
Тема 6. Кон'юктурний аналіз масштабу і типу ринків. Знати: методику аналізу масштабу і потенціалу ринку; як визначати обсяги продажів, показники товарообігу; модель виробничого потенціалу ринку; як здійснювати аналіз структури ринку, як визначати ступінь монополізації ринку та інтенсивності конкуренції. Вміти: аналізувати масштаб і потенціал ринку; визначати обсяги продажів, показники товарообігу; визначати виробничий потенціал ринку; місткість ринку; частку підприємства на ринку; рахувати коефіцієнт концентрації ринку; визначити рівень монополізації ринку. Рекомендовані джерела: 1–5, 11, 12, 14, 20. Оцінювання за тему = 11 балів	Лекція 6 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 11 2 год.	Усне опитування, розрахунково-аналітичне завдання. Визначення масштабу та потенціалу ринку за запропонованими даними: розрахунок місткості ринку, обсягів продажу та ринкової частки підприємства. Інтерпретація отриманих результатів та формулювання висновку щодо стану ринку.
	Практичне заняття 12 2 год.	Усне опитування, розрахунково-аналітичні завдання. Аналіз конкурентної структури ринку: розрахунок коефіцієнта концентрації та індексу Херфіндала–Хіршмана (HHI) за даними про ринкові частки підприємств. Визначення рівня концентрації та типу конкурентної структури ринку, формулювання аналітичного висновку.
	Самостійна робота 10 год.	Індивідуальне завдання «Кон'юктурний аналіз масштабу та типу світового ринку». 1. Аналіз масштабу ринку. Обрати один із запропонованих світових ринків (мобільного зв'язку, IT-послуг, шоколадних виробів, меду, меблів, одягу тощо) та охарактеризувати його обсяг, місткість і динаміку. 2. Аналіз конкурентної структури. Визначити основних учасників ринку та їхні ринкові частки. За наявними даними розрахувати показники концентрації ринку та визначити тип його конкурентної структури. 3. Аналітичний висновок. Оцінити масштаб, потенціал і рівень концентрації досліджуваного ринку та сформулювати висновки щодо інтенсивності конкуренції і перспектив його розвитку.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 6	Market Research and Consumer Behavior (Coursera, IE Business School) — курс присвячений дослідженню ринку, збору та аналізу ринкової інформації, оцінюванню ринкового середовища та використанню отриманих результатів для прийняття управлінських рішень. Курс викладається англійською мовою та передбачає можливість отримання сертифіката. Microeconomics: The Power of Markets (Coursera, University of Pennsylvania) — курс присвячений принципам функціонування ринків, попиту і пропозиції, поведінці учасників ринку та механізмам формування конкурентного середовища. Матеріали курсу можуть використовуватися для поглибленого вивчення ринкової структури та конкуренції. Курс викладається англійською мовою та передбачає можливість отримання сертифіката.	
Тема 7. Аналіз цінових та кількісних пропорцій розвитку ринку Знати: роль і функції ціни на ринку, методику аналізу ринкових цін, як визначати індивідуальний (однотоварний) рівень ціни, коефіцієнт варіації цін, методологію аналізу пропорційності, збалансованості ринку. товарну структура товарообігу,	Лекція 7. 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 13 2 год.	Усне опитування, розрахунково-аналітичне завдання. Аналіз цін на обраному товарному ринку: визначення середнього рівня цін, розмаху та коефіцієнта варіації цін. Інтерпретація отриманих результатів та формулювання висновку щодо рівня цінової диференціації на ринку.
	Практичне заняття 14 2 год.	Усне опитування, розрахунково-аналітичне завдання. Аналіз товарної структури товарообігу обраного ринку: визначення часток окремих товарних груп, оцінювання структурних пропорцій та збалансованості ринку. Формулювання висновку щодо основних структурних диспропорцій та факторів їх формування.

<u>Вміти:</u> аналізувати ринкові ціни, визначати індивідуальний рівень ціни товару, аналізувати товарну структуру товарообігу, пропорційність, збалансованість ринку. <u>Рекомендовані джерела:</u> 1–5, 10, 17, 19, 20. Оцінювання за тему = 11 балів	Самостійна робота 10 год.	Індивідуальне завдання «Аналіз цінових і кількісних пропорцій розвитку ринку». 1. Аналіз рівня та варіації цін. Обрати один товар та зібрати інформацію про його ціни на 3–4 онлайн-майданчиках або зарубіжних ринках. Сформувати таблицю даних, розрахувати середній рівень і показники варіації цін та пояснити причини виявленої цінової диференціації. 2. Аналіз структури ринку. За обраним ринком визначити структуру товарообігу за доступними даними, розрахувати частки основних товарних груп та виявити структурні пропорції або диспропорції. 3. Аналітичний висновок. Визначити основні фактори, що впливають на цінові та кількісні пропорції досліджуваного ринку, та сформулювати висновок щодо його збалансованості.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 7	Pricing Strategy (Coursera, IE Business School) — курс присвячений принципам формування та аналізу цін, оцінюванню готовності споживачів платити, ціновій диференціації та використанню цінових рішень у конкурентному середовищі. Курс викладається англійською мовою та передбачає можливість отримання сертифіката. Business Analytics with Excel: Elementary to Advanced (Coursera, Johns Hopkins University) — курс присвячений використанню Excel і кількісних методів для аналізу бізнес-даних. Матеріали курсу можуть бути використані для розрахунку та інтерпретації показників варіації, структури й інших характеристик ринкових даних. Курс викладається англійською мовою та передбачає можливість отримання сертифіката.	
Тема 8. Кон’юнктурний аналіз тенденцій розвитку ринку, його стійкості та циклічності <u>Знати:</u> статистичні методи виявлення тенденції розвитку ринку, трендові моделі розвитку ринку, класифікацію ринкових циклів, характеристики фаз економічного циклу, статистичні методи оцінки сезонних коливань ринку, метод трендового моделювання для оцінки характеристик ринкових індикаторів. <u>Вміти:</u> робити аналіз стійкості, циклічності, сезонності ринку, визначати тенденції розвитку ринку різними методами, використовувати метод трендового моделювання для побудови моделей розвитку ринків. <u>Рекомендовані джерела:</u> 1–5, 17, 19, 20. Оцінювання за тему = 11 балів	Лекція 8. 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 15 2 год.	Усне опитування, розрахунково-аналітичне завдання. Аналіз динаміки показника обраного ринку: побудова тренду, визначення основної тенденції розвитку у та оцінювання стійкості динаміки. Інтерпретація отриманих результатів і формулювання висновку щодо напрямку розвитку ринку.
	Практичне заняття 16 2 год.	Усне опитування, розрахунково-аналітичне завдання. Аналіз сезонних і циклічних коливань обраного ринку за запропонованими даними. Міні-кейс «TikTok Shop» на визначення стадії розвитку і прогнозування тенденцій цього ринку. Практичні завдання на аналіз стійкості та циклічності ринків, аналіз сезонності. Завдання в групах на аналіз економічного циклу в різних галузях.
	Самостійна робота 12 год.	Індивідуальне завдання «Аналіз тенденцій, стійкості та сезонності розвитку ринку». 1. Формування інформаційної бази. Обрати один ринок або ринковий показник та сформулювати часовий ряд за доступними статистичними даними. 2. Аналіз тенденції та сезонності. Побудувати графік динаміки, визначити основну тенденцію розвитку, побудувати тренд та, за наявності відповідних даних, оцінити сезонні або циклічні коливання. 3. Аналітичний висновок і прогноз. Оцінити стійкість виявленої тенденції, визначити основні фактори її формування та сформулювати короткий прогноз подальшого розвитку ринку.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 8	Business Analytics with Excel: Elementary to Advanced (Coursera, Johns Hopkins University) — курс присвячений використанню Excel та кількісних методів для аналізу бізнес-даних, виявлення закономірностей і побудови аналітичних моделей. Матеріали курсу можуть використовуватися для аналізу динаміки ринкових показників і побудови трендів. Курс викладається англійською мовою та передбачає можливість отримання сертифіката.	

	Practical Time Series Analysis (Coursera, The State University of New York) — курс присвячений аналізу часових рядів, виявленню трендів і закономірностей у динамічних даних та застосуванню методів прогнозування. Курс безпосередньо відповідає формуванню навичок аналізу тенденцій, сезонності та прогнозування розвитку ринку. Курс викладається англійською мовою та передбачає можливість отримання сертифіката.	
Тема 9. Особливості кон’юнктурного аналізу в окремих сферах економіки Знати: особливості сучасної світової економіки; галузеву специфіку і особливості кон’юнктурного аналізу в окремих сферах економіки; Вміти: робити кон’юнктурний аналіз в окремих сферах економіки з урахуванням галузевої специфіки, визначати тип структури і основні індикатори ринку, ключові фактори впливу; специфічні фактори кон’юнктури, тенденції розвитку. Рекомендовані джерела: 1, 3–6, 8, 9, 13–20. Оцінювання за тему = 12 балів	Лекція 9. 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 17 2 год.	Усне опитування, групове аналітичне завдання. Кон’юнктурний аналіз обраного світового аграрного ринку(пшениці, кукурудзи, соняшникової олії, кави або какао): визначення основних індикаторів ринку, ключових кон’юнктуроутворюючих факторів і тенденцій розвитку. Формулювання короткого аналітичного висновку.
	Практичне заняття 18 2 год.	Усне опитування, групове аналітичне завдання. Кон’юнктурний аналіз обраного світового ринку послуг (маркетингових досліджень, реклами, ІТ-послуг або мобільного зв'язку): визначення структури ринку, основних індикаторів, ключових гравців, специфічних факторів впливу та тенденцій розвитку. Коротка презентація результатів.
	Самостійна робота 12 год.	Індивідуальне завдання «Кон’юнктурний профіль світового ринку та оцінка перспектив виходу на нього». 1. Формування кон’юнктурного профілю ринку. Обрати один світовий ринок (аграрний, ІТ, рекламний, телекомунікаційний або інший за погодженням із викладачем) та визначити його місткість, структуру, основних учасників і ключові індикатори кон’юнктури. 2. Аналіз факторів і тенденцій. Визначити специфічні для обраної галузі кон’юнктуроутворюючі фактори, основні тенденції розвитку та ризики. 3. Аналітичний висновок. Сформулювати короткий прогноз розвитку ринку та оцінити можливості й ризики виходу на нього міжнародної компанії.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 9	International Business I (Coursera, University of New Mexico) — курс присвячений функціонуванню компаній на міжнародних ринках, особливостям глобального бізнес-середовища, міжнародній торгівлі та факторам, що впливають на діяльність підприємств у різних країнах. Курс викладається англійською мовою та передбачає можливість отримання сертифіката.	
	Market Research and Consumer Behavior (Coursera, IE Business School) — курс присвячений дослідженню ринку, збору й аналізу ринкової інформації та використанню результатів дослідження для прийняття маркетингових і управлінських рішень. Курс викладається англійською мовою та передбачає можливість отримання сертифіката.	
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
Комп’ютерний клас для проведення практичних занять. Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, електронної бібліотеки ДУІКТ, віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.		
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
1. Романюк Л.М., Соколовська О.М. Аналіз та оцінка кон’юнктури світового ринку: методичні рекомендації до вивчення курсу для здобувачів другого (магістерського) рівня. Кропивницький: ЦНТУ, 2022. 24 с. URL: https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/81762949-b409-406d-b691-076eb0fdc470/content 2. Оболенцева Л.В. Кон’юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник. Харків: ХНАМГ, 2020. 249 с. 3. Горбаченко С.А., Карпов В.А., Разінкін Н.С. Аналіз кон’юнктури ринків: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2026. 360 с. URL: https://condor-books.com.ua/ekonomichna-literatura/analiz-konyunktury-rynku-navchalnyy-posibnyk		

4. Горбаченко С.А., Карпов В.А., Разінкін Н.С., Шевченко-Переполюкіна Р.І. Аналіз кон'юнктури ринку: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2026. 360 с.
5. Сохацька О.М., Панасюк В.М., Роговська-Іщук І.В., Вінницький С.І. Фундаментальний та технічний аналізи міжнародних ринків. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 309 с. URL: <https://dspace.wunu.edu.ua/items/9f046746-3d72-40ee-b95c-48ae4ddc34a5>
6. Григор'єв Г.С. Міжнародна економіка: практикум. Київ: НаУКМА, 2024. 145 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_1394_57782299.pdf
7. Дунська А.Р., Жалдак Г.П., Бондар В.Ю. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчально-методичний комплекс дисципліни. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024. 63 с.
8. Співаковська Т.В., Царьова Т.О. Міжнародний маркетинг: конспект лекцій. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 71 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_173_19249755.pdf
9. Одинокій А.Е., Совершенна І.О. Тенденції розвитку світового рекламного ринку. Підприємницька, торговельна, біржова діяльність: тенденції, проблеми та перспективи розвитку: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції. Київ: ДУІКТ, 2025. С. 145–148. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/p_323_76953988.pdf
10. Совершенна І.О., Недопако Н.М., Ботнар Я.В. Особливості маркетингового ціноутворення під час пандемії COVID-19. Економіка. Менеджмент. Бізнес. Київ: ДУТ, 2021. № 3. С. 35–40. URL: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2679>
11. Совершенна І.О., Остролуцький О.О. Маркетингові стратегії конкуренції: аналіз сучасних концепцій. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2020. № 1. URL: <http://bit.ly/2wTsuW9>
12. Совершенна І.О., Висотченко А.О. Конкурентний бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах глобалізації економіки. Маркетинг майбутнього: виклики та реалії: матеріали IV Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції. Київ: ДУТ, 2022. С. 31–36. URL: https://dut.edu.ua/uploads/p_2121_91947940.pdf
13. World Trade Organization. Statistics Database. URL: <https://stats.wto.org/>
14. International Trade Centre. Trade Map. URL: <https://www.trademap.org/>
15. United Nations. UN Comtrade Database. URL: <https://comtradeplus.un.org/>
16. Food and Agriculture Organization of the United Nations. FAOSTAT Database. URL: <https://www.fao.org/faostat/>
17. European Commission. Eurostat Database. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/>
18. World Bank. World Integrated Trade Solution (WITS). URL: <https://wits.worldbank.org/>
19. World Bank. Commodity Markets. URL: <https://www.worldbank.org/en/research/commodity-markets>
20. Statista. Market and Consumer Data. URL: <https://www.statista.com/>

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- **Робота в колективі:** Курс передбачає роботу в колективі.
- **Аудиторне середовище:** Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- **Відвідування та самостійна робота:** Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- **Дедлайни:** Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- **Пропущені заняття:** Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- **Актуалізація курсу:** За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення за тематикою освітньої компоненти та пропозиції стейкхолдерів (провідних компаній галузі, академічної спільноти та випускників). Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу.
- **Неформальна освіта:** Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, згідно з [«Положенням про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій»](#).

Правила академічної доброчесності та використання штучного інтелекту (ШІ)

- **Дотримання цінностей:** Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- **Самостійність виконання:** Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або умовами завдання дозволено використання допоміжних матеріалів, мережі Інтернет та інструментів ІІІ.
- **Правила цитування:** Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуальної праці інших авторів (текстів, ідей, розробок, відомостей тощо) зобов'язаний зробити належне посилання на відповідне джерело.
- **Самоплагіат:** Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.
- **Правила використання інструментів ІІІ:**
 - Використання генеративних систем ІІІ (ChatGPT, Claude, Gemini тощо) дозволяється як допоміжний інструмент для генерації ідей, пошуку джерел, структурування матеріалу або перевірки синтаксису/коду, якщо інше прямо не вказано в умовах конкретного завдання.
 - Якщо під час виконання завдання або підготовки науково-дослідної роботи використовувався ІІІ, здобувач зобов'язаний зазначити це у роботі (наприклад, у формі примітки: «Під час підготовки розділу X використано [назва сервісу ІІІ] для [ціль використання: аналіз структури / переклад]»).
 - Здобувач вищої освіти несе повну особисту відповідальність за достовірність, точність і перевірку фактів, даних та посилань, згенерованих ІІІ
 - Пряме подання згенерованого ІІІ тексту, коду чи розрахунків без критичного аналізу, власного опрацювання та зазначення використання ІІІ розцінюється як академічна нечесність (плагіат/приховування авторства).
 - Заборонено завантажувати в публічні моделі ІІІ персональні дані, конфіденційну інформацію, закриті наукові чи службові розробки.
 - В аудиторії здобувачі не допускаються до списування, обману та прихованого використання ІІІ. За порушення принципів академічної доброчесності можливе зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, недопущення до захисту роботи тощо.
 - Здобувачі можуть ознайомитися із [Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій](#) та [Рекомендаціями МОН України щодо відповідального використання технологій ІІІ у закладах вищої освіти](#).

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Використовується накопичувальна (100 бальна) система оцінювання. Поточна успішність складається з успішності за активність під час лекцій, роботу на практичних заняттях, виконання завдань під час самостійної роботи. Всі завдання оцінюються відповідно вимог щодо змістовності та встановлених строків виконання і їх здачі. Якщо студента не допущено до складання заліку, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Студент має право на два перескладання. При повторному перескладанні заліку його у студента може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. У випадку отримання студентом 0 балів (неприйнятно), що тягне відрахування за невиконання навчального плану. Для отримання додаткових балів, студент повинен надати копію сертифіката або друкованої публікації чи письмове повідомлення видавця, про прийняття до друку публікації. Тематика публікації (вебінара, курсу) повинна відповідати змісту дисципліни, при цьому студенту зараховується додаткові бали замість балів за виконання суміжних за тематикою практичних робіт. Максимальна кількість додаткових балів, що можуть бути зараховані за дисципліну – 10 балів. Разом це є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимальна кількість балів – 100, мінімальна кількість балів – 60.

Форми контролю / Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ:	
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>	
участь у експрес-опитуванні	за кожен правильну відповідь - 0,5 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожен презентацію (реферат) максимум – 5 балів (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)
усне опитування, тестування	за кожен правильну відповідь – 0,2 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання, навчальній дискусії	за кожен участь - 0,5 бали
Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни	
Участь у вебінарах, тренінгах	за кожні 0,1 кредити (3 год.) участі з отриманням сертифікату - 3 бали
Тези доповіді за участю у конференції	за кожні тези, які опубліковані - 3 бали

Стаття у виданні в Україні	за кожну статтю, яка опублікована - 5 балів
Стаття у іноземному виданні	за кожну статтю, яка опублікована - 8 балів
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: диференційований залік	
Згідно критеріїв оцінювання	

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ			
бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /запис в екзаменаційній відомості
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає силабусу дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого силабусом, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в силабусі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (А)
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (В)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом силабусу дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (С)
67-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений силабусом дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
60-66	Студент має певні знання, передбачені в силабусі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових силабусу дисципліни	Задовільно / Зараховано (Е)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що силабус дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутня.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) В залікову книжку не представляється
0-34	Студент повністю не виконав вимог силабусу навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку	Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) В залікову книжку не представляється