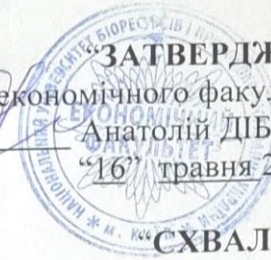


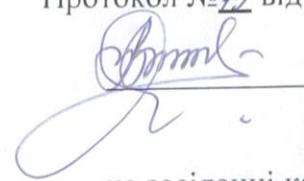
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Кафедра глобальної економіки
Кафедра статистики та економічного аналізу

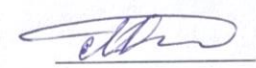

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Декан економічного факультету
Анатолій ДІБРОВА
“16” травня 2024 р.



“СХВАЛЕНО”
на засіданні кафедри глобальної економіки
Протокол № 15 від “15” 05 2024 р.
Завідувач кафедри
Наталія ВДОВЕНКО



“СХВАЛЕНО”
на засіданні кафедри статистики та
економічного аналізу
Протокол № 10 від “10” 05 2024 р.
Завідувач кафедри
Андрій МУЗИЧЕНКО



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«АНАЛІЗ РИНКУ»

Галузь знань _____

Спеціальність _____

Освітня програма _____

Факультет (ННІ) економічний _____

Розробники: **Кваша С.М.**, професор кафедри глобальної економіки, доктор економічних наук

Макарчук О.Г., доцент кафедри статистики та економічного аналізу, к.е.н.

Київ – 2024 р.

Опис навчальної дисципліни

Аналіз ринку

(назва)

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	<i>Бакалавр</i>	
Спеціальність		
Освітня програма		
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Вибіркова (загально-університетська)	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	<i>Залік</i>	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм здобуття вищої освіти		
	Денна форма здобуття вищої освіти	Заочна форма здобуття вищої освіти
Курс (рік підготовки)	4	
Семестр	7	
Лекційні заняття	15 год.	6 год.
Практичні, семінарські заняття	15 год.	6 год.
Лабораторні заняття	год.	год.
Самостійна робота	90 год.	год.
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми здобуття вищої освіти	2 год.	

1. Мета, завдання, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Аналіз ринку» є набуття студентами теоретичних знань та отримання практичних аналітичних навичок для аналізу ринків, зокрема ринків агропродовольчої продукції, з їх класифікацією за ознаками кон'юнктури попиту і пропозиції та вивчення інструментів впливу на ринкову рівновагу. Аналіз ринку включає комплекс дій, які спрямовані на вивчення усіх чинників, умов та ситуацій, які впливають на стан і розвиток ринку, на зміни його обсягів, структури, масштабів. Проведення аналізу ринку необхідне з метою одержання об'єктивної інформації про реальну ситуацію на ринку, виявлення та оцінки сили впливу основних чинників. Під час аналізу виявляють обсяги, структуру, попит, пропозицію за певний час та визначають основні тенденції розвитку ринку.

Завдання полягає у тому, щоб надати студентам знання з ринкової економіки, розуміння принципів формування ринків окремих видів продукції, вміння досліджувати їх функціонування, а також розглянути методи їх регулювання. У процесі вивчення курсу студенти отримають знання щодо підходів структурування ринків за ознаками формування попиту і пропозиції, а також особливостей, що залежні від внутрішнього виробництва та імпорту.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: теоретичні та практичні основи процесу формування попиту і пропозиції на ринках товарів, зокрема сільськогосподарської продукції, методи вивчення ринкової рівноваги та її вплив на економічні ефекти для трьох груп економічних інтересів: виробників, споживачів і держави.

вміти: будувати криві попиту і пропозиції ринків сільськогосподарської продукції, визначати точку рівноваги ринків та дохідність (збитковість) виробництва продукції на певних станах ринку – з домінуванням попиту чи пропозиції, аналізувати використання інструментів державного регулювання ринків для досягнення добробуту суспільства.

3. Теми лабораторних (практичних, семінарських) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Методологічні засади аналізу ринку	2
2	Дослідження та аналіз окремого сільськогосподарського ринку в умовах членства України в СОТ та співробітництва в рамках ПВЗВТ	2
3	Аналіз дії законів попиту та пропозиції на окремий аграрний ринок, еластичність попиту та пропозиції, державне регулювання	2
4	Дослідження окремого аграрного ринку за Д. Акером	2
5	Вивчення взаємозв'язків та взаємозалежностей на певному ринку аграрної продукції з використання регресійного аналізу	3
6	Застосування методів часових рядів для прогнозування на певному ринку аграрної продукції. Презентація вивченого та проаналізованого конкретного аграрного ринку	4
	Всього	15

4. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Теоретичні засади аналізу ринків	15
2	Тема 2. Аналіз впливу на ринки аграрної продукції членства України у СОТ та співробітництва у рамках ПВЗВТ з ЄС	15
3	Тема 3. Основи попиту та пропозиції	15
4	Тема 4. Процес дослідження ринку	15
5	Тема 5. Дослідження динаміки і стійкості розвитку ринку	15
6	Тема 6. Структура і аналіз аграрних ринків ресурсів, товарів і послуг	15
Разом		90

5. Засоби діагностики результатів навчання

- залік;
- модульні тести;
- розрахункові та розрахунково-графічні роботи;
- захист практичних робіт.

6. Методи навчання

Методами навчання є способи спільної діяльності й спілкування викладача і здобувачів вищої освіти, що забезпечують вироблення позитивної мотивації навчання, оволодіння системою професійних знань, умінь і навичок, формування наукового світогляду, розвиток пізнавальних сил, культури розумової праці майбутніх фахівців.

Під час навчального процесу використовуються наступні методи навчання:

- словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда);
- практичний метод (практичні заняття);
- наочний метод (метод ілюстрацій, метод демонстрацій);
- відеометод (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);
- робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування);
- самостійна робота (виконання завдання)
- індивідуальна науково-дослідна робота здобувачів вищої освіти.

7. Методи оцінювання

- залік;
- усне або письмове опитування;
- модульне тестування;
- презентації та виступи на науково-практичних заходах.

8. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 чинного «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України»

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна та результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

Для визначення рейтингу здобувача вищої освіти із засвоєння дисципліни $R_{дис}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу з навчальної роботи $R_{нр}$ (до 70 балів):

$$R_{дис} = R_{нр} + R_{ат} .$$

9. Навчально-методичне забезпечення

1. Курс «Аналіз ринку» у ельорні. URL:

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4648>

2. Лекції та методичні матеріали до вивчення курсу. URL:

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4648>

10.Рекомендовані джерела інформації

1. Basic Statistics. Electronic source: <https://www.adb.org/publications/basic-statistics-2017>.

2. Hague P. A practical guide to market research. Доступ: <https://www.b2binternational.com/publications/practical-market-research/>

3. Hamulczuk M., Makarchuk O. Time-varying relationship between Ukrainian corn and world crude oil prices, *Economic Annals-XXI*, 184(7-8)'2020, p. 49-58.

4. Hamulczuk M., Makarchuk O., Sica E. Searching for market integration: Evidence from Ukrainian and European Union rapeseed markets // *Land use Land Use Policy* 87 (2019) 104078
<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57173048500>

5. Marketing.vc : база маркетингової інформації. Офіційний сайт Alliance Capital Management. URL : <http://marketing.vc/>

6. Аграрні ринки. URL: <http://www.amis-outlook.org/>

7. Варенко В.М. Основи аналітики: навчальний посібник. Ліра-К, 2022. 248 с.

8. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. та ін. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.

9. Карпов В., Шевченко-Перепьолкіна Р., Горбаченко С. Аналіз та прогнозування ринової кон'юнктури. Київ: Кондор, 2019 р. 320 с.

10. Козирева О.В., Федорова В.О. Статистика: навчальний посібник. Х.: Видавництво Іванченка І.С., 2021. 187 с.

11. Котлер Ф. Основи Маркенгу. Класичне видання. 2023. 662 с.
12. Літвінов Ю.І. Ціноутворення в умовах ринку. Центр учбової літератури, 2022. 400с.
13. Маркетингові дослідження. Навч. посіб. Колектив авторів: Л. С. Безугла, Т. В. Ільченко, Н. І. Юрченко, С. О. Кобернюк, Д. В. Воловик ; КЗВО ДАНО. Дніпро,Видавець Біла К.О., 2019. 300 с.
14. Мармоза А.Т. Економічна статистика: Навч. посібник. К.: ЦУЛ, 2019.- 600 с.
15. Мармоза А.Т. Практикум з теорії статистики і сільськогосподарської статистики: Навч.посіб. – Центр навчальної літератури, 2019. 664 с.
16. Офіційний сайт департаменту сільського господарства США (FAS-USDA). URL: <https://www.fas.usda.gov/commodities>
17. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>
18. Офіційний сайт Євростату. URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>
19. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua/control/>
20. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://www.kmu.gov.ua>
21. Офіційний сайт Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО). URL: <http://www.fao.org/>
22. Офіційний сайт Світового банку. URL: <http://www.worldbank.org/>
23. Полторак В.А., Тараненко І.В., Красовська О.Ю. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Центр учбової літератури. 2019. 356 с.
24. Статистика: основи теорії та практикум: Навчальний посібник. Колектив авторів: Григорків В.С., Вінничук О.Ю., Григорків М.В., Маханець Л.Л. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т, 2022. 304 с.