

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**Робоча програма  
навчальної дисципліни  
"КОН'ЮНКТУРА  
СВІТОВИХ ТОВАРНИХ РИНКІВ"  
для студентів напряму підготовки  
6.030601 "Менеджмент"  
спеціалізації "Менеджмент  
зовнішньоекономічної діяльності"  
денної форми навчання**

**Харків  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця  
2016**

Затверджено на засіданні кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності.

Протокол № 1 від 27.08.2015 р.

*Самостійне електронне текстове мережеве видання*

**Укладачі:** І. В. Юлегіна

О. М. Котиш

**Робоча** програма навчальної дисципліни "Кон'юнктура світових товарних ринків" для студентів напряму підготовки 6.030601 "Менеджмент" спеціалізації "Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності" денної форми навчання : [Електронне видання] / уклад. І. В. Юлегіна, О. М. Котиш. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. – 54 с.

Подано тематичний план навчальної дисципліни та її зміст за модулями і темами, наведено плани лекцій, семінарських і практичних занять, методичні рекомендації та література щодо вивчення програмного матеріалу дисципліни та виконання індивідуального завдання, система оцінювання знань студентів.

Рекомендовано для студентів напряму підготовки 6.030601 "Менеджмент" спеціалізації "Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності" денної форми навчання.

## Вступ

Відповідно до навчальних планів навчальну дисципліну "Кон'юнктура світових товарних ринків" вивчають студенти напряму підготовки "Менеджмент" спеціалізації "Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності" денної форми навчання освітнього ступеня "бакалавр".

Ринок має як позитивні, так і негативні сторони. Тому керівникам та спеціалістам підприємств слід уміти з максимальною віддачею використовувати позитивне з того, що дає ринок, а також нівелювати і згладжувати негативні моменти. Позиція фірми на ринку, її шанси на комерційний успіх, вибір стратегії її маркетингової діяльності значною мірою залежать від зовнішніх умов і, зокрема, від ринкової кон'юнктури. Без наявності практичних навичок оцінювання та аналізу кон'юнктури ринку це дуже складно або навіть неможливо зробити. Кон'юнктурний аналіз є важливою складовою маркетингового аналізу та маркетингового дослідження в цілому.

Кон'юнктура – це складне та дуже мінливе явище, що містить безліч одиничних елементів і дій, розвиток яких підкоряється законам теорії ймовірностей і характеризується певним колом якісних та кількісних ознак, що піддаються вимірюванню й оцінюванню. Ці особливості кон'юнктури роблять результативним загальне використання статистичних методів збирання й аналізу інформації про становище ринку.

Кон'юнктура товарного ринку є частиною загальногосподарської кон'юнктури країни і певною мірою світової кон'юнктури. Ситуація на товарному ринку залежить від становища на інших ринках: цінних паперів, послуг, інвестицій, нерухомості, праці та ін.

Робоча програма навчальної дисципліни містить розподіл матеріалу за темами та охоплює основні питання дослідження та прогнозування кон'юнктури світових товарних ринків.

Із метою закріплення навичок і вмінь оцінювання, аналізу та прогнозування ринкової ситуації запропоновано контрольні завдання з дисципліни.

Навчальна дисципліна "Кон'юнктура світових товарних ринків" належить до вибіркових дисциплін за напрямом підготовки "Менеджмент" для студентів спеціалізації "Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності".

# 1. Опис навчальної дисципліни

Таблиця 1.1

| Найменування показників   | Галузь знань, напрям підготовки, спеціалізація, освітній ступінь   | Характеристика навчальної дисципліни |
|---|--|--------------------------------------|
| Кількість кредитів – 3  | Галузь знань: 0306<br>"Менеджмент і адміністрування"   | Вибіркова                            |
| Змістових модулів – 2   | Напрямок підготовки 6.030601 "Менеджмент".<br>Спеціалізація "Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності" | Рік підготовки – 3                   |
| Загальна кількість годин – 108  |  | Семестр – 5                          |
| Тижневих годин для денної форми навчання:<br>аудиторних – 4;<br>самостійної роботи студента – 6 | Освітній ступінь:<br>"бакалавр"  | Лекції – 22 год                      |
|   |  | Практичні, семінарські – 22 год      |
|   |  | Самостійна робота – 64 год           |
|   |  | Вид контролю – залік                 |

*Примітка.* Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної й індивідуальної роботи становить для денної форми навчання 69 %.

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** навчальної дисципліни "Кон'юнктура світових товарних ринків" є постановка та вирішення проблеми прогнозу динаміки кон'юнктури світового товарного ринку.

**Метою** викладання даної навчальної дисципліни є сформування у студентів знань, умінь і навичок у частині методики дослідження та прогнозування кон'юнктури світових товарних ринків із використанням актуальних міжнародних інформаційних джерел.

**Завдання** навчальної дисципліни "Кон'юнктура світових товарних ринків" спрямовані на:

- визначення сутності та змісту основних категорій кон'юнктури;
- дослідження та класифікацію кон'юнктуротворчих факторів;

засвоєння системи показників та індикаторів кон'юнктури ринку;  
урахування просторових обмежень і пропорційності розвитку ринку;  
аналіз стійкості ринку, його змін у статистиці й у динаміці;  
проведення аналізу повторюваності розвитку ринку, виокремлення циклів;

вивчення ситуації на ринку з урахуванням тенденцій його розвитку;  
підготовку до самостійного кон'юнктурного аналізу обраного товарного ринку на основі інформаційних джерел.

**Об'єктом** навчальної дисципліни є товарний ринок.

**Предметом** навчальної дисципліни є визначення становища світового товарного ринку, аналіз поточного та прогнозування його майбутнього становища.

Програма віддзеркалює теоретичні засади вивчення кон'юнктури товарного ринку, визначає місце кон'юнктурного аналізу як складової частини маркетингового аналізу, необхідні навички менеджера підприємства із міжнародного маркетингу, методику дослідження кон'юнктури світового товарного ринку, методи аналізу його становища та прогнозування розвитку.

Вивчення дисципліни "Кон'юнктура світових товарних ринків" базується на загальних знаннях дисциплін "Маркетинг", "Статистика", "Економетрія", "Міжнародні економічні відносини" та ін. Дана навчальна дисципліна взаємопов'язана з такими дисциплінами, як: "Зовнішньоекономічна діяльність підприємства", "Міжнародна економічна інтеграція" тощо.

Процес формування теоретичних знань, вмінь та практичних навичок студентів із дисципліни "Кон'юнктура світових товарних ринків" здійснюється за допомогою лекційних занять, виконання практичних завдань та обговорення найбільш складних питань і положень на семінарських заняттях. Поглиблення вивчення програмного матеріалу та закріплення знань передбачає самостійну роботу студентів із дисципліни.

Вивчення та засвоєння програмного матеріалу із даної навчальної дисципліни спрямовані на формування у студентів:

**знань:**

основних категорій кон'юнктури товарних ринків;  
кон'юнктуротворчих факторів та їхньої класифікації;  
системи показників та індикаторів, яка використовується для аналізу кон'юнктури;  
зв'язку показників кон'юнктури зі стадіями кон'юнктурного циклу;  
мети та завдань кон'юнктурного аналізу ринку;

просторових обмежень та пропорційності розвитку ринку;  
методів аналізу стійкості ринку, його змін у статичній та динамічній;  
проведення аналізу повторюваності розвитку ринку, виокремлення  
циклів;

підходів до вивчення ситуації на ринку з урахуванням динамічних  
закономірностей і тенденцій;

засвоєння методів прогнозування кон'юнктури ринку та сфери їх-  
нього застосування;

послідовності дій і сукупності конкретних прийомів у ході аналізу  
становища, що склалося на світових ринках;

основних методів прогнозування кон'юнктури на найважливіших то-  
варних ринках;

**ВМІНЬ:**

визначати значущі фактори кон'юнктури;

складати систему показників, що найбільш повно характеризує  
кон'юнктуру даного товарного ринку;

оцінювати взаємозв'язок ситуації на ринку товарів із становищем на  
інших ринках;

відбирати релевантні джерела інформації;

проводити порівняльний аналіз різних джерел;

обґрунтовувати вибір методів аналізу та прогнозування кон'юнктури  
певного товарного ринку;

визначати коефіцієнт детермінації;

зіставляти результати формального та неформального способів  
аналізу стану ринку;

розраховувати частку фірми на ринку;

визначати типи ринку за різними критеріями класифікації ринків;

розраховувати виробничий потенціал ринку;

розраховувати споживчий потенціал ринку товарів промислового  
призначення;

розраховувати споживчий потенціал ринку споживчих товарів;

визначати ступінь насиченості ринку;

оцінювати збалансованість ринку з використанням методу балансу  
попиту та пропозиції;

розраховувати індекс ринкової ситуації;

визначати коефіцієнт лінійних структурних зрушень;

розраховувати індекс сезонності;

обирати адекватний метод моделювання сезонних хвиль;

розраховувати коефіцієнт апроксимації;  
здійснювати прогнозування елементів ринку методом екстраполяції динамічних рядів;  
використовувати метод інтерполяції динамічних рядів для прогнозування стану ринку;  
використовувати структурне моделювання у ході прогнозування елементів ринку;  
здійснювати прогноз елементів ринку методом експертних оцінок і аналогії;  
складати кон'юнктурний огляд ситуації на товарному ринку.

У процесі викладання навчальної дисципліни основна увага приділяється оволодінню студентами професійними **компетентностями**, що наведені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

**Професійні компетентності, які отримують студенти  
після вивчення навчальної дисципліни**

| Код компетентності | Назва компетентності   | Складові компетентності  |
|--------------------|--|--|
| КСТР* 1            | Знання, вміння та навички оцінювання та дослідження динаміки кон'юнктури товарних ринків | Визначати значимі фактори кон'юнктури, оцінювати взаємозв'язок ситуації на ринку товарів із становищем на інших ринках   |
|                    |  | Відбирати релевантні джерела інформації, зіставляти результати формального та неформального способів аналізу стану ринку |
| КСТР 2             | Проведення аналізу та прогнозування кон'юнктури світових товарних ринків                 | Дослідження та аналіз складових кон'юнктури: потенціалу, збалансованості, сезонності та динамічності                     |
|                    |  | Вибір методу прогнозування та здійснення прогнозування елементів кон'юнктури світових товарних ринків                    |

\* Кон'юнктура світових товарних ринків.

Структуру складових професійних компетентностей та їх формування відповідно до Національної рамки кваліфікацій України наведено в табл. А1 додатка А.

## **3. Програма навчальної дисципліни**

### **Змістовий модуль 1**

#### **Теоретичні підходи до вивчення кон'юнктури ринку**

##### **Тема 1. Поняття та показники кон'юнктури ринку**

1.1. Поняття "кон'юнктура ринку". Елементи кон'юнктури: попит, пропозиція, ціна. Система ринків. Взаємозв'язок товарного ринку з іншими ринками. Види кон'юнктури залежно від об'єкта дослідження.

1.2. Кон'юнктуротворчі фактори та їх класифікація. Показники ринкової кон'юнктури, їх зв'язок із розвитком кон'юнктурних циклів.

##### **Тема 2. Методи дослідження кон'юнктури ринку**

2.1. Методичні вимоги, що ставляться до процесу дослідження кон'юнктури ринку.

2.2. Етапи проведення кон'юнктурного дослідження. Кон'юнктура товарного ринку як складова частина загальноекономічної кон'юнктури. Взаємозв'язок ситуації на ринку товарів із становищем на інших ринках. Джерела вторинної кон'юнктурної інформації. Методи збору первинної інформації про ринок. Вибірковий метод, його переваги та недоліки.

Методи аналізу інформації про ринок. Формальний і неформальний способи аналізу.

Кон'юнктурний аналіз як складова частина маркетингового аналізу. Характерні риси кон'юнктури ринку: пропорційність, мінливість, циклічність і динамічність.

### **Змістовий модуль 2**

#### **Аналіз та прогнозування кон'юнктури світових товарних ринків**

##### **Тема 3. Аналіз масштабу та потенціалу ринку**

3.1. Класифікація товарних ринків за типом та масштабом. Частка фірми на ринку, відносна частка ринку.

3.2. Виробничий потенціал ринку. Споживчий потенціал (місткість) ринку. Розрахунок місткості ринку товару виробничого призначення та споживчого товару.



3.3. Показники насиченості ринку як наявності товарів у споживачів та насиченості торгівлі.

#### **Тема 4. Аналіз збалансованості ринку**

4.1. Оцінювання співвідношення попиту та пропозиції. Баланс попиту-пропозиції. Система ринкових індикаторів.

4.2. Кон'юнктурний тест як спосіб оцінювання стану та розвитку ринку. Індекс ринкової ситуації. Коефіцієнт лінійних структурних зрушень.

#### **Тема 5. Оцінювання й аналіз циклічності та сезонності ринку**

5.1. Циклічність ринку. Класифікація ринкових циклів.

5.2. Сезонність як один із різновидів кон'юнктурних циклів. Розрахунок індексу сезонності. Методи моделювання сезонних хвиль: метод ковзного середнього та аналітичне вирівнювання.

#### **Тема 6. Аналіз та прогнозування тенденцій і стійкості розвитку ринкової кон'юнктури**

6.1. Методи визначення тенденцій розвитку ринку.

Характеристика ступеня стійкості розвитку ринку в динаміці та статично. Визначення коефіцієнта апроксимації та коефіцієнта варіації.

6.2. Сутність і класифікація прогнозів ринку.

Методи прогнозування елементів ринку. Методи екстраполяції та інтерполяції динамічних рядів. Прогнозування елементів ринку з використанням коефіцієнтів еластичності попиту. Прогнозування елементів ринку за допомогою економіко-математичних моделей. Прогнозування елементів ринку з використанням структурного моделювання. Прогнозування елементів ринку методом експертних оцінок і аналогії.

Особливості прогнозування елементів ринку за окремими товарами.

#### **Тема 7. Кон'юнктура світових секторів і товарних ринків**

7.1. Проблеми розвитку паливно-енергетичного комплексу та ринків енергоресурсів.

Кон'юнктура ринку металопродукції як фактор розвитку металургійної галузі.

Розвиток аграрного сектору та агроринку.

7.2. Особливості кон'юнктурного дослідження світового ринку машин та устаткування.

7.3. Кон'юнктурний огляд світових ринків товарів масового попиту.

## 4. Структура навчальної дисципліни

Із самого початку вивчення навчальної дисципліни кожен студент має бути ознайомлений як із робочою програмою навчальної дисципліни і формами організації навчання, так і зі структурою, змістом та обсягом кожного з її навчальних модулів, а також з усіма видами контролю та методикою оцінювання сформованих професійних компетентностей.

Вивчення студентом навчальної дисципліни відбувається шляхом послідовного і ґрунтовного опрацювання навчальних модулів. Навчальний модуль – це окремих, відносно самостійний блок дисципліни, який логічно об'єднує кілька навчальних елементів дисципліни за змістом та взаємозв'язками. Тематичний план дисципліни складається з двох змістових модулів (табл. 4.1).

Організаційне формування навчального процесу з дисципліни "Кон'юнктура світових товарних ринків" має починатися з ознайомлення кожного студента із програмою дисципліни та формами організації навчального процесу – зі структурою, змістом та обсягом навчальних модулів, а також з формами контролю та методикою оцінювання рівня засвоєння студентами програмного матеріалу.

Згідно з програмою організаційними формами навчального процесу з дисципліни є: лекції; семінарські та практичні заняття; самостійна робота студентів; система поточного та підсумкового контролю знань студентів.

Таблиця 4.1

### Структура залікового кредиту навчальної дисципліни

| Назви змістових модулів і тем   | Кількість годин, відведених на |                                  |                   |
|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------------|
|   | лекції                         | практичні та семінарські заняття | самостійну роботу |
| 1   | 2                              | 3                                | 4                 |
| <b>Змістовий модуль 1. Теоретичні підходи до вивчення кон'юнктури ринку</b> |                                |                                  |                   |
| Тема 1. Поняття та показники кон'юнктури ринку                              | 4                              | 4                                | 8                 |

| 1   | 2         | 3         | 4         |
|---|-----------|-----------|-----------|
| Тема 2. Методи дослідження кон'юнктури ринку  | 4         | 4         | 8         |
| <b>Змістовий модуль 2. Аналіз та прогнозування кон'юнктури світових товарних ринків</b> |           |           |           |
| Тема 3. Аналіз масштабу та потенціалу ринку   | 2         | 2         | 6         |
| Тема 4. Аналіз збалансованості ринку  | 2         | 2         | 6         |
| Тема 5. Оцінювання й аналіз циклічності та сезонності ринку                             | 2         | 2         | 6         |
| Тема 6. Аналіз та прогнозування тенденцій і стійкості розвитку ринкової кон'юнктури     | 4         | 4         | 12        |
| Тема 7. Кон'юнктура світових секторів і товарних ринків                                 | 4         | 4         | 18        |
| <b>Усього за модулями</b>   | <b>22</b> | <b>22</b> | <b>64</b> |

## 5. Теми та плани семінарських занять

**Семінарське заняття** – це форма організації процесу, спрямована на поглиблене вивчення програмного матеріалу та контроль рівня його засвоєння.

Організація семінарського заняття здійснюється у формі підготовки та обговорення рефератів, доповідей, виступів та дискусії за темами дисципліни, у перебігу яких викладачем виявляється та оцінюється творча активність студентів, їх вміння формувати теоретичні положення, давати їм власну інтерпретацію та визначати свою позицію. Оцінки рівня підготовленості студента з кожного семінарського заняття вносяться викладачем у відповідний журнал і слугують основою для визначення зваженої загальної (підсумкової) оцінки рівня опанування студентом програмного матеріалу з даної навчальної дисципліни (табл. 5.1).

## Перелік тем семінарських занять

| Назва теми   | Програмні питання  | Питання для дискусій   | Література   | Кількість годин |
|--|--|--|--|-----------------|
| 1  | 2  | 3  | 4  | 5               |
| <b>Змістовий модуль 1. Теоретичні підходи до вивчення кон'юнктури ринку</b>                |  |  |  |                 |
| <i>Тема 1.</i> Поняття та показники кон'юнктури ринку                                      | 1. Поняття "кон'юнктура ринку".<br>2. Кон'юнктуротворчі фактори та їх класифікація.<br>3. Показники ринкової кон'юнктури, їх зв'язок із розвитком кон'юнктурних циклів | 1. Види кон'юнктури ринку залежно від вибору об'єкта дослідження.<br>2. Фактори, які впливають на стан ринку.<br>3. Розподіл показників кон'юнктури на проциклічні, контрциклічні та ациклічні | Основна: [4; 5; 9; 11; 12; 14];<br>додаткова: [23; 25; 27];<br>методична: [33; 34] | 2               |
| <i>Тема 2.</i> Методи дослідження кон'юнктури ринку  | 1. Методика дослідження кон'юнктури ринку.<br>2. Етапи проведення кон'юнктурного дослідження.<br>3. Джерела і методи збору інформації про ринок                        | 1. Методичні вимоги, яких слід дотримуватися у ході дослідження кон'юнктури ринку.<br>2. Джерела вторинної кон'юнктурної інформації.<br>3. Переваги вибіркового методу дослідження             | Основна: [2; 6; 9; 12];<br>додаткова: [21; 25];<br>методична: [33; 34]             | 2               |
| <b>Змістовий модуль 2. Аналіз та прогнозування кон'юнктури світових товарних ринків</b>    |  |  |  |                 |
| <i>Тема 6.</i> Аналіз та прогнозування тенденцій і стійкості розвитку ринкової кон'юнктури | 1. Методи визначення тенденцій розвитку ринку.<br>2. Визначення ступеня стійкості розвитку ринку в динаміці та статично  | 1. Тенденційні опитування та їх використання в практиці кон'юнктурного аналізу   | Основна: [1; 8; 10];<br>додаткова: [16; 25];<br>методична: [33; 34]                | 2               |

| 1   | 2   | 3  | 4  | 5        |
|---|---|--|--|----------|
| Тема 7. Кон'юнктура світових секторів і товарних ринків | 1. Проблеми розвитку паливно-енергетичного комплексу та ринків енергоресурсів.<br>2. Кон'юнктура ринку металопродукції як фактор розвитку металургійної галузі.<br>3. Розвиток аграрного сектору та агроринку.<br>4. Особливості кон'юнктурного дослідження світового ринку машин та устаткування | 1. Кон'юнктурний огляд світових ринків товарів масового попиту | Основна: [9; 12; 13];<br>додаткова: [17; 22];<br>методична: [33; 36; 37] | 2        |
| <b>Разом годин за модулями</b>                          |   |  |  | <b>8</b> |

## 6. Теми практичних занять

**Практичне заняття** – це форма навчального процесу, спрямованого на детальний аналіз студентами під керівництвом викладача окремих теоретичних положень навчальної дисципліни та формування вмінь і навичок студентів до їх практичного застосування шляхом виконання практичних завдань та вирішення певних ситуацій. Проведення практичного заняття ґрунтується на попередньо підготовленому методичному матеріалі – тестах (для виявлення рівня засвоєння студентами теоретичних положень) та завданнях різної складності (для оцінювання вмінь і навичок студентів до практичного використання програмного матеріалу дисципліни).

Протягом практичного заняття здійснюється: попередній контроль знань, вмінь і навичок студентів; постановка загальної проблеми викладачем та її обговорення студентами, вирішення завдань з їх обговоренням; вирішення контрольних завдань, їх перевірка та оцінювання (табл. 6.1).

## Перелік тем практичних занять

| Назва змістового модуля   | Теми практичних занять (за модулями)   | Кількість годин | Література   |
|---|--|-----------------|--|
| 1   | 2  | 3               | 4  |
| 1. Теоретичні підходи до вивчення кон'юнктури ринку             | <i>Тема 2. Методи дослідження кон'юнктури ринку</i>  | 2               | Основна: [2; 6; 9; 12];<br>додаткова: [21; 25];<br>методична: [32; 33; 34] |
| 2. Аналіз та прогнозування кон'юнктури світових товарних ринків | <i>Тема 3. Аналіз масштабу та потенціалу ринку</i>   | 2               | Основна: [1; 5; 11];<br>додаткова: [16; 24];<br>методична: [32; 34]        |
|   | <i>Тема 4. Аналіз збалансованості ринку</i>  | 2               | Основна: [1; 5; 11];<br>додаткова: [15; 16];<br>методична: [32; 34]        |
|   | <i>Тема 5. Оцінювання й аналіз циклічності та сезонності ринку</i>                         | 2               | Основна: [1; 7; 11];<br>додаткова: [16; 24];<br>методична: [32; 34]        |
|   | <i>Тема 6. Аналіз та прогнозування тенденцій і стійкості розвитку ринкової кон'юнктури</i> | 2               | Основна: [1; 8; 10];<br>додаткова: [16; 25];<br>методична: [32 - 34]       |
|   | <i>Тема 7. Кон'юнктура світових секторів і товарних ринків</i>                             | 4               | Основна: [9; 12; 13];<br>додаткова: [17; 22];<br>методична: [33; 36; 37]   |
| <b>Разом годин за модулями</b>                                  |  | <b>14</b>       |  |

## 7. Самостійна робота студентів

Успішному засвоєнню програмного матеріалу з навчальної дисципліни сприяє **самостійна робота студентів** – вивчення вітчизняної та закордонної спеціальної економічної літератури, нормативних актів із питань дослідження кон'юнктури товарного ринку й експортно-імпортного регулювання, статистичних матеріалів.

Основними видами самостійної роботи студентів є:

1. Вивчення лекційного матеріалу.
  2. Вивчення рекомендованої літератури.
  3. Вивчення основних термінів і понять за темами дисципліни.
  4. Підготовка до семінарських і практичних занять, дискусій, тестування.
  5. Самоконтроль рівня засвоєння студентами матеріалу.
  6. Підготовка та захист індивідуального завдання.
- Перелік питань для самостійного опрацювання подано в табл. 7.1.

Таблиця 7.1

### Перелік питань для самостійного опрацювання

| Назва теми   | Питання для самостійного опрацювання (за модулями)  | Рекомендована література  |
|--|---|---|
| 1  | 2   | 3   |
| <b>Змістовий модуль 1. Теоретичні підходи до вивчення кон'юнктури ринку</b>              |   |   |
| Тема 1. Поняття та показники кон'юнктури ринку   | 1. Формування системи показників ринкової кон'юнктури в різних країнах.<br>2. Стихійні фактори кон'юнктури та їх облік у діяльності підприємства на ринку.<br>3. Індикатори ринкового циклу, що застосовуються в розвинених країнах і в Україні | Основна:<br>[4; 5; 9; 11; 12; 14];<br>додаткова:<br>[23; 25; 27];<br>методична:<br>[33; 34] |
| Тема 2. Методи дослідження кон'юнктури ринку   | 4. Міжнародні статистичні видання.<br>5. Товарний ринок у системі ринків.<br>6. Процедура розроблення кон'юнктурного огляду   | Основна:<br>[2; 6; 9; 12];<br>додаткова:<br>[21; 25];<br>методична:<br>[33; 34]             |
| <b>Змістовний модуль 2. Аналіз та прогнозування кон'юнктури світових товарних ринків</b> |   |   |
| Тема 3. Аналіз масштабу та потенціалу ринку  | 1. Методологія побудови системи ринкових індикаторів  | Основна:<br>[1; 5; 11];<br>додаткова:<br>[16; 24];<br>методична:<br>[32; 34]                |

| 1   | 2   | 3   |
|---|---|---|
| Тема 4. Аналіз збалансованості ринку  | 1. Кон'юнктурний тест як спосіб оцінювання стану та розвитку ринку  | Основна:<br>[1; 5; 11];<br>додаткова:<br>[15; 16];<br>методична:<br>[32; 34]      |
| Тема 5. Оцінювання й аналіз циклічності та сезонності ринку                         | 1. Підходи до класифікації ринкових циклів.<br>2. Методи моделювання сезонності   | Основна:<br>[1; 7; 11];<br>додаткова:<br>[16; 24];<br>методична:<br>[32; 34]      |
| Тема 6. Аналіз та прогнозування тенденцій і стійкості розвитку ринкової кон'юнктури | 1. Тенденційні опитування та їх використання в практиці кон'юнктурного аналізу.<br>2. Особливості прогнозування елементів ринку за окремими товарами.<br>3. Прогнозування елементів ринку за допомогою економіко-математичних моделей | Основна:<br>[1; 8; 10];<br>додаткова:<br>[16; 25];<br>методична:<br>[32; 33; 34]  |
| Тема 7. Кон'юнктура світових секторів і товарних ринків                             | 1. Дослідження кон'юнктури обраного сектору світового товарного ринку   | Основна:<br>[9; 12; 13];<br>додаткова:<br>[17; 22];<br>методична:<br>[33; 36; 37] |

### 7.1. Індивідуальне завдання

**Індивідуальне завдання (ІЗ)** є складовою навчального процесу з дисципліни. Функціональний зміст ІЗ полягає у систематизації та поглибленні теоретичних і практичних знань студентів із дисципліни та їх застосуванні у процесі складання кон'юнктурного огляду; розвитку навичок самостійної роботи студентів і оволодіння ними методикою дослідження, пов'язаних із темою ІЗ.

Індивідуальне завдання виконується самостійно за консультування з викладачем протягом вивчення дисципліни відповідно до графіка навчального процесу.



Якість виконання ІЗ визначається наявністю таких елементів наукового дослідження: практичної значущості; системного аналізу проблемної ситуації та об'єкта дослідження; теоретичного узагальнення існуючих підходів до вирішення проблемної ситуації та використання передової сучасної методології і науково-методичного інструментарію; наявності елементів творчості.

**Практична значущість індивідуального завдання** полягає в можливості використання його результатів у практичній діяльності підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.

**Реальною** вважається робота, в якій проаналізовано літературу останніх років видання. Кількість джерел не повинна бути меншою десяти. Текст роботи пишеться самостійно відповідно до логіки викладення результатів комплексного дослідження кон'юнктури світового ринку та з оформленням посилань на джерела, з яких узяті таблиці, графіки, діаграми та цифрові дані. Необхідно уникати повторень та протиріч між розділами роботи. Необхідно включати до тексту кон'юнктурного огляду рисунки та діаграми для подання статистичних даних про тенденції у виробництві, споживанні товару та динаміці світових цін на нього.

**Системний аналіз** об'єкта дослідження полягає в охопленні усього комплексу причинно-наслідкових зв'язків, що обумовлюють ситуацію на обраному секторі світового товарного ринку.

**Застосування сучасної методології** полягає у використанні методики комплексного дослідження закордонного ринку, набуття досвіду написання звіту за результатами дослідження вторинних джерел інформації.

**У процесі виконання індивідуального завдання** студент, використовуючи знання теоретичного матеріалу та набуті прикладні навички за фахом, має продемонструвати здібності до науково-дослідної роботи і вміння творчо мислити та вирішувати актуальні науково-прикладні завдання.

**Тема завдання** "Дослідження кон'юнктури світового ринку певного товару". Для проведення дослідження кон'юнктури світового ринку студенту пропонується такий перелік товарів та послуг.

*Мінерально-сировинні товари:*

нафта;

природний газ;

кам'яне вугілля;

марганцева руда;

залізна руда;  
олово;  
свинець;  
мідь;  
уран;  
нікель;  
золото;  
срібло;  
платина;  
кобальт;  
цинк;  
родій;  
паладій.

*Металопродукція:*

сталь і прокат;  
алюміній;  
труби.

*Хімічна продукція:*

хімікати;  
пластмаси;  
хімічні волокна;  
каучук.

*Сільськогосподарська сировина та продовольство:*

зернові;  
олійні;  
цукор;  
кава;  
какао-боби;  
м'ясо і м'ясопродукти (яловичина, свинина, м'ясо птиці);  
молочна продукція (сири, вершкове масло, маргарин (спреди));  
тютюн;  
алкогольні напої (горілка, віскі, коньяк, вина).

*Легка промисловість і сировина:*

шкіряна сировина;  
шерсть;  
бавовна;  
тканини;  
взуття.

*Лісопромисловий комплекс:*

деревина;  
пиломатеріали;  
целюлоза;  
меблі.

*Машинотехнічна продукція:*

машинобудівна продукція;  
сільськогосподарські машини й устаткування;  
медичне устаткування;  
побутова техніка;  
комп'ютери та комплектуючі;  
металообробне устаткування;  
електротехнічне устаткування;  
електронне устаткування;  
напівпровідники;  
програмне забезпечення;  
залізнична техніка і рухомий склад;  
автомобілі;  
судна;  
літаки.

*Інші:*

будівельний інструмент і матеріали;  
іграшки.

Студент, керуючись своїми практичними та науковими інтересами, може запропонувати та здійснити кон'юнктурне дослідження світового ринку товарів, які не увійшли до цього переліку, що повинно бути погоджено з викладачем у момент видачі завдання.

**Мета роботи:** провести дослідження кон'юнктури світового ринку певного товару та зробити прогноз його стану в майбутньому.

Стиль викладення – науковий.

**Титульний аркуш індивідуального завдання** має містити дані про: університет; кафедру; навчальну дисципліну; тему практичного завдання; прізвище та ініціали студента, курс, номер академічної групи; дату подання на перевірку (день, місяць, рік). Приклад титульного аркуша наведено в додатку Б.

Практичне завдання повинне містити такі розділи.

**Зміст.** Має відтворювати назви розділів, параграфів тощо, які розкривають тему ІЗ із зазначенням номерів сторінок, на яких вони розміщені.

**Вступ.** У "Вступі" студентом розкривається актуальність, підстави та вихідні дані для розроблення теми індивідуального завдання за останні 1 – 3 роки, подається обґрунтування необхідності проведення дослідження.

**Основна частина.** Складається з 3-х розділів.

**1. Обґрунтування вибору об'єкта дослідження та нагромадження вихідних даних** для проведення кон'юнктурного дослідження ринку обраного товару.

Вибір об'єкта вивчення кон'юнктури (товару) залежить від характеру поставленого завдання. Велике практичне значення мають прогнози кон'юнктури окремих товарних ринків, що використовуються підприємствами, насамперед для визначення оптимальної тактики виходу на такі ринки з урахуванням передбачуваних співвідношень між попитом та пропозицією на них і очікуваний рівень цін. У свою чергу, від об'єкта дослідження залежить характер і обсяг роботи зі збору та нагромадження вихідних даних для аналізу та прогнозування кон'юнктури.

На стадії збору і нагромадження вихідних даних для проведення кон'юнктурного дослідження:

- визначають коло основних показників кон'юнктури;
- виявляють і підбирають джерела інформації про кон'юнктуру;
- збирають дані про кон'юнктуру за основними показниками.

Вимоги, що висувуються до інформації про ринок, зводяться до трьох основних положень.

По-перше, ця інформація повинна бути своєчасною. Запізнення з поданням цієї інформації робить її практично непотрібною.

По-друге, інформація про ринок повинна бути досить повною, тобто характеризувати ринок і його окремі елементи з максимального числа сторін, містити максимальну кількість відомостей, що допомагають прийняти найбільш обґрунтоване комерційне рішення. Також повинні бути відомості про постачальників, посередників, конкурентів і т. д.

По-третє, відомості про стан ринку того або іншого товару повинні бути достовірними, тобто відбивати існуючий стан речей. Справа в тому, що в економіці практично не може бути абсолютно точних вимірів, тому

що вона не належить, до числа точних наук. У зв'язку з цим, краще говорити про вірогідність, а не про точність цих показників.

Кон'юнктурне дослідження виконується на підставі вивчення статей в економічних журналах і газетах – джерелах кон'юнктурної інформації про ринок певного товару, а також із використанням статистичних довідників і бюлетенів, ресурсів Інтернет. У ході цього, слід аналізувати періодичну літературу останніх років видання. Кількість джерел має бути не менше десяти.

Після з'ясування основних ознак досліджуваного ринку та збору інформації про його стан можна перейти до аналізу кон'юнктури.

**2. Аналіз кон'юнктури.** Мета дослідження на даному етапі складається у визначенні факторів, під впливом яких склалася кон'юнктура в розглянутий період. Кон'юнктура аналізується в такій послідовності: виробництво (пропозиція); споживання (попит); міжнародна торгівля; динаміка цін.

Аналіз *виробництва* містить розгляд ряду показників, що характеризують обсяги виробництва товарів у цілому і за окремими країнами-виробниками, або ж у цілому за країною і за основними підприємствами-виробниками. Спеціально розглядається вплив на галузь і на ринок науково-технічного прогресу. Наводяться дані про появу у виробництві нових товарів і вдосконалення існуючих. Дається аналіз динаміки завантаження виробничих потужностей, наявності їх резерву; показується рух портфеля замовлень, вступ (від внутрішніх і іноземних покупців). Розкривається процес зростання концентрації виробництва. Розглядається динаміка витрат виробництва. Аналізується кількість зайнятих у галузі і безробітних, дія страйків на обсяг випуску продукції і кон'юнктуру. Розглядаються плани провідних компаній і держави щодо виробництва (збільшення виробничих потужностей, удосконалення технології та ін.), злиття або продажу компаній галузі.

*Аналіз споживання* містить облік обсягів і динаміки попиту в цілому й у розподілі за основними країнами-споживачами. Завдання аналізу – розкрити основні причини зміни місткості ринку. З цією метою розглядають динаміку споживання в традиційних галузях-споживачах товару, а також збільшення попиту з боку нових. Потім аналізуються показники, що характеризують вплив окремих кон'юнктуротворчих факторів на обсяг попиту та пропозиції.

Віддзеркалюється фірмова структура споживання, зміни в конкурентоспроможності товару за якістю, технічними показниками й іншими характеристиками. Особлива увага приділяється появі нових товарів, інтенсивності їх упровадження на ринку. Аналізується дія науково-технічного прогресу на рівень і динаміку споживання товару, з'ясовуються зміни у формах і методах збуту.

Особливо розглядаються плани і програми компаній і урядових організацій щодо зміни споживання цього товару, вимог до характеристик товару, пов'язаних із науково-технічним прогресом у споживаючих галузях. Вивчається рух запасів готової продукції у виробників і в товаропровідній мережі.

*Аналіз міжнародної торгівлі* охоплює вивчення динаміки світового експорту й імпорту в цілому і за окремими країнами, зміни питомої ваги провідних країн-імпортерів і експортерів. Визначається значення нових форм і методів торгівлі, експорту капіталу, міжнародного обміну ліцензіями, "ноу-хау". Проводиться аналіз політики провідних компаній, держав у сфері експорту: вивчається митна, валютна, кредитна політика відповідних країн. Досліджується дія різних міжнародних угод компаній на експорт цього товару, на характер конкуренції. Okремо розглядається світовий імпорт цього товару в цілому і в розподілі за основними країнами-імпортерами, а також зміна питомої ваги провідних країн-імпортерів. Аналізується вплив головних факторів на динаміку ввезення в основні країни. Висвітлюються програми ТНК і держав із розвитку імпорту.

*Аналіз цін* дозволяє виявити тенденції руху цін і визначити основні фактори, що стали причиною їхньої зміни: зростання або зниження витрат виробництва, співвідношення попиту та пропозиції, становище виробника в галузі, дії постачальників та динаміку цін на сировину та матеріали.

Розглядається динаміка оптових і експортних цін (на основі їх індексів) провідних країн-виробників, споживачів і експортерів цього виду товару. Вивчаються головні причини зміни цін, пов'язані з появою нової технології виробництва, зростанням (зниженням) цін на сировину і напівфабрикати, підвищенням продуктивності праці, умовами споживання товару, дією інфляції, зміною курсів валют, форм і методів торгівлі тощо. Особливо відзначається співвідношення попиту і пропозиції товару. Висвітлюється політика компаній щодо цін і політика держави з їх регулювання.

Для сучасної світової економіки характерні зміни курсів національних валют, які складаються під впливом попиту і пропозиції на валютних ринках. Зниження курсу валюти країни дає можливість її експортерам отримувати додатковий, так званий валютний прибуток. Зниження курсу валюти веде до зростання імпорتنих цін у країні, стимулює інфляцію і згодом підвищує витрати виробництва. Ревальвація (подорожчання) валюти викликає зворотні явища. Експортні ціни країни, виражені у валютах інших держав, зростають, а імпорتنі ціни, виражені в національній валюті, знижуються. Підвищення курсу національної валюти сприяє здешевленню імпорту, а також гальмує розвиток інфляційних процесів. У розвинених країнах органи державної статистики публікують індекси внутрішніх і зовнішньоторговельних цін на окремі товари і товарні групи. Індекси цін завжди наводяться зі вказівкою базисного року, в якому значення індексу вважається рівним 100. Індекси цін – важливий показник, що дозволяє виявити основні тенденції в русі цін; вони широко використовуються під час аналізу і прогнозу кон'юнктури.

**3. Прогноз кон'юнктури** – це ймовірна оцінка очікуваних змін основних параметрів ринку (попиту, пропозиції і цін) у майбутньому. Він спирається на об'єктивно властиву будь-якій економічній системі інерційність розвитку. Цілком зрозуміло, що прогнозування не в змозі нівелювати фактор невизначеності, який властивий розвитку економічної системи та її ринковому прояву – кон'юнктури. Його мета полягає у зведенні цієї невизначеності до можливого мінімуму, одержанні найбільш надійних і достовірних оцінок можливого поведіння в майбутньому досліджуваного ринку.

Складання прогнозу ринку носить двоступінчатий характер. На першому етапі готується прогноз прояву основних чинників, що впливають на кон'юнктуру (циклічних і нециклічних), а також тимчасових. На другому, завершальному етапі, розробляється комплексний прогноз кон'юнктури, головними розділами якого є прогнози виробництва товару, споживання, міжнародної торгівлі і цін.

*У процесі оцінювання перспектив розвитку виробництва* головна увага повинна бути приділена можливості пристосування виробництва товарів до мінливого попиту в прогнозований період. Інакше на ринках буде відчуватися розрив між попитом і пропозицією.

Прогноз виробництва товару враховує наявність резервних і введення в дію нових потужностей, політику держав зі стримування або

розширення випуску товару, появу принципово нової технології виробництва й інші чинники у сфері виробництва. У ході підготовки прогнозу необхідно враховувати рух загальногосподарської кон'юнктури. Це особливо важливо для традиційних виробництв. У той же час попит на нові, наукомісткі вироби і відповідно їх випуск розвиваються іноді підвищеними темпами навіть в умовах депресії або спаду загальногосподарської кон'юнктури.

*Оцінка перспектив розвитку споживання* товару ґрунтується, у першу чергу, на передбачуваній зміні платоспроможного попиту населення для товарів споживчого призначення або зміні капітальних вкладень у ті галузі, кон'юнктура яких досліджується, для товарів виробничого призначення. У процесі складання прогнозу слід враховувати думку провідних консультаційних фірм, великих компаній, банків, економічних організацій.

*Прогноз розвитку міжнародної торгівлі* багато в чому визначається перспективами розвитку виробництва. Розширення виробництва веде до зростання потреби в сировинних матеріалах, а також експорту й імпорту готової продукції. Під час оцінювання перспектив розвитку міжнародної торгівлі доцільно залучати дані про стан платіжних балансів, рух міжнародних кредитів, політику окремих країн у галузі регулювання експорту й імпорту.

*Прогноз руху цін* містить оцінку змін руху цін за основними складовими витрат виробництва, динаміки обсягів попиту та пропозиції, облік наслідків інших подій на ринку, а також дає можливість визначити ймовірний рівень цін на тому або іншому ринку. У процесі складання прогнозу важливо звертати увагу на специфіку цього товару. Слід брати до уваги і тривалість виготовлення товару. Так, незважаючи на настання кризи, обсяг виробництва складного, важкого промислового устаткування з циклом виготовлення 1 – 2 роки зазвичай продовжує залишатися на високому рівні ще впродовж порівняно тривалого періоду і тільки тоді починає скорочуватися.

Для підвищення практичної значущості прогнозу його корисно доповнювати конкретними рекомендаціями з експорту й імпорту з урахуванням очікуваних змін на ринку, прогнозованих "переломів" у динаміці цін. Прогноз розвитку ринку повинен містити оцінку точності, тобто мають бути розраховані його можливі помилки і визначені довірчі інтервали. Лише в цьому випадку керівник, що приймає комерційне рішення, буде впевнений, що не допустить серйозної помилки.



**Висновки** містять результати виконання індивідуального завдання та пропозиції щодо їх практичного використання.

**Список використаних джерел** додається в кінці практичного завдання. Він має бути складений у певному порядку (законодавчі та нормативні акти, статистичні довідники, загальна та спеціальна література за алфавітом, ресурси мережі Інтернет). Відомості про джерела, які включені до списку, необхідно давати згідно з вимогами державного стандарту.

**Додатки.** В додатках містяться розрахункові таблиці, узагальнюючі схеми чи діаграми. За наявності кількох додатків, вони позначаються літерами: Додаток А тощо.

**Індивідуальне завдання має містити:** титульний аркуш, зміст, вступ, розділи змістової частини, висновки щодо використання результатів дослідження кон'юнктури світового ринку певного товару, список використаних літературних джерел, додатки (за необхідності).

Індивідуальне завдання має бути надрукованим на комп'ютері з одного боку аркуша білого паперу формату А4 (210x297мм) із використанням шрифтів тестового редактора Word for Windows розміру 14 із полуторним міжрядковим інтервалом, шрифт Times New Roman. Текст індивідуального завдання друкують, залишаючи поля таких розмірів: ліве – 30 мм, праве – 10 мм, верхнє та нижнє – 20 мм. Абзацний відступ має бути однаковим по всій роботі і дорівнювати 1,5 см.

Відстань між заголовком та текстом повинна дорівнювати трьом комп'ютерним інтервалам (або двом міжрядковим інтервалам). Кожну структурну частину практичного завдання починають з нової сторінки. Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, рисунків, таблиць, формул подають арабськими цифрами без знака №. Титульний аркуш та зміст включають до загальної нумерації сторінок, не проставляючи їх номерів. Наступні сторінки нумерують у правому верхньому куті сторінки без крапки в кінці.

Обсяг практичного завдання у друкованому варіанті – 15 – 25 сторінок, у тому числі: вступ – 1 – 2 стор.; розділи змістової частини 4 – 7 стор.; висновки – 2 – 3 стор.

Індивідуальне завдання повинне бути подане на перевірку викладачу в зазначений термін. Після урахування та виправлення зауважень воно може бути допущене до захисту. Захист ІЗ передбачає виступ із презентацією. Студент захищає практичне завдання та отримує за нього певну кількість балів.

## 7.2. Контрольні запитання для самодіагностики

1. Що таке "кон'юнктура ринку"?
2. Які види кон'юнктури ви знаєте?
3. Назвіть характерні риси кон'юнктури.
4. Які фактори кон'юнктури є постійно діючими?
5. Наведіть приклади стихійних факторів кон'юнктури.
6. На які групи діляться індикатори економічного циклу?
7. Назвіть відомі вам випереджальні індикатори економічної кон'юнктури.
8. Які співпадаючі індикатори економічної кон'юнктури ви знаєте?
9. Запізнілі індикатори економічної кон'юнктури.
10. Назвіть відомі вам показники ринкової кон'юнктури й охарактеризуйте їх.
11. На які групи діляться показники кон'юнктури залежно від того, як змінюється їхнє значення в ході кон'юнктурного циклу? Наведіть приклади.
12. Назвіть відомі вам джерела вивчення кон'юнктури.
13. Які кон'юнктурні видання випускаються в Україні?
14. Назвіть етапи кон'юнктурного дослідження.
15. Яка послідовність нагромадження вихідних даних під час проведення кон'юнктурного дослідження?
16. Яким вимогам повинна відповідати інформація про ринок?
17. Назвіть зовнішні та внутрішні джерела одержання інформації про ринок в Україні.
18. Яка послідовність проведення аналізу кон'юнктури?
19. Що значить здійснити прогноз кон'юнктури ринку?
20. У чому полягають цілі кон'юнктурного аналізу?
21. Назвіть складові системи ринків.
22. Які методи застосовуються в кон'юнктурному аналізі?
23. Розкрийте зміст чотирьох напрямів кон'юнктурного аналізу.
24. Що таке неформальна оцінка кон'юнктури ринку?
25. Які методи збору інформації про ринок ви знаєте? Назвіть їхні переваги та недоліки.
26. Які види опитувань ви знаєте? У яких випадках доцільно використовувати кожен із них?
27. Які методи аналізу інформації про ринок ви знаєте? Назвіть сфери їхнього застосування.
28. Якими факторами визначається розмір частки ринку?

29. Що таке частка ринку, займана фірмою?
30. Розкрийте класифікацію ринків.
31. Із яких елементів складається виробничий потенціал ринку (товарна пропозиція)?
32. Як розрахувати місткість ринку товарів промислового та споживчого призначення?
33. Показник насиченості ринку. У чому його відмінність від показника насиченості торгівлі?
34. Які основні пропорції ринку ви знаєте?
35. Що розуміється під ступенем збалансованості ринку?
36. Як виявити диспропорційність розвитку ринку?
37. Що входить у систему індикаторів збалансованості ринку?
38. Які показники можуть охарактеризувати пропорції ринку?
39. У чому сутність циклічності ринку?
40. Чи пов'язана циклічність ринку з коливаннями економіки в цілому?
41. У чому причина внутрішньорічних сезонних коливань?
42. Навіщо вивчати циклічні коливання та чи можна впливати на їхню силу?
43. Які існують методи виявлення і моделювання сезонних коливань?
44. У чому полягає мета вивчення тенденцій розвитку ринку?
45. Якими показниками можна охарактеризувати стійкість/нестійкість розвитку ринку в динаміці й у статиці (за територією, за підприємствами тощо)?
46. Що таке трендова модель розвитку ринку?
47. Які розходження економічної інтерпретації прямолінійної та криволінійної трендових моделей розвитку ринку?
48. Що таке кон'юнктурний огляд?
49. Які складові кон'юнктурного огляду ви знаєте?
50. Що таке прогноз ринку?
51. Із яких етапів складається розроблення прогнозу ринку? Охарактеризуйте кожен із них.
52. За якими ознаками і яким чином класифікують прогнози ринку?
53. У яких випадках прогнозування елементів ринку здійснюється шляхом використання методу екстраполяції динамічних рядів?
54. Коли для прогнозування кон'юнктури ринку використовується метод інтерполяції динамічних рядів?

55. Переваги та труднощі прогнозування стану ринку за допомогою економіко-математичних моделей.

56. Структурна модель і її застосування у процесі прогнозування елементів ринку.

57. Використання під час прогнозування кон'юнктури ринку методу експертних оцінок і аналогії.

58. Проблеми розвитку паливно-енергетичного комплексу та ринків енергоресурсів.

59. Кон'юнктура ринку металопродукції як фактор розвитку металургійної галузі.

60. Розвиток аграрного сектору та агроринку.

61. Особливості кон'юнктурного дослідження світового ринку машин та устаткування.

62. Кон'юнктурний огляд світових ринків товарів масового попиту.

## 8. Методи навчання

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачено застосування таких навчальних технологій, як: лекції проблемного характеру, робота у малих групах; семінари-дискусії; ділові та рольові ігри; банки візуального супроводу (табл. 8.1 і 8.2).

Таблиця 8.1

### Розподіл форм та методів активізації процесу навчання за темами навчальної дисципліни

| Тема   | Практичне застосування навчальних технологій  |
|--|---|
| 1  | 2   |
| Тема 1. Поняття та показники кон'юнктури ринку | Лекція проблемного характеру з питання "Формування системи показників ринкової кон'юнктури в різних країнах", банки візуального супроводу |
| Тема 2. Методи дослідження кон'юнктури ринку   | Міні-лекція з питання "Товарний ринок у системі ринків", банки візуального супроводу  |

| 1   | 2   |
|---|---|
| Тема 3. Аналіз масштабу та потенціалу ринку   | Лекція проблемного характеру з питання "Методологія побудови системи ринкових індикаторів", банки візуального супроводу   |
| Тема 4. Аналіз збалансованості ринку  | Міні-лекція з питання "Кон'юнктурний тест як спосіб оцінювання стану та розвитку ринку", банки візуального супроводу      |
| Тема 5. Оцінювання й аналіз циклічності та сезонності ринку                         | Лекція проблемного характеру з питання "Підходи до класифікації ринкових циклів", банки візуального супроводу             |
| Тема 6. Аналіз та прогнозування тенденцій і стійкості розвитку ринкової кон'юнктури | Міні-лекція проблемного характеру з питання "Тенденційні опитування та їх використання в практиці кон'юнктурного аналізу" |
| Тема 7. Кон'юнктура світових секторів і товарних ринків                             | Міні-лекція з питання "Кон'юнктурний огляд світових ринків товарів масового попиту", банки візуального супроводу          |

Основні відмінності активних та інтерактивних методів навчання від традиційних визначаються не тільки методикою і технікою викладання, але й високою ефективністю навчального процесу, який виявляється у: високій мотивації студентів; закріпленні теоретичних знань на практиці; підвищенні самосвідомості студентів; формуванні здатності приймати самостійні рішення; формуванні здатності до ухвалення колективних рішень; формуванні здатності до соціальної інтеграції; набуття навичок вирішення конфліктів; розвитку здатності до знаходження компромісів.

Таблиця 8.2

### Використання методик активізації процесу навчання

| Тема навчальної дисципліни                     | Практичне застосування методик   | Методики активізації процесу навчання |
|--|--|---------------------------------------|
| 1  | 2  | 3                                     |
| Тема 1. Поняття та показники кон'юнктури ринку | Семінарське заняття. Тема: "Стихійні фактори кон'юнктури і їхній облік у діяльності підприємства на ринку" | Семінари-дискусії, презентації        |

| 1   | 2  | 3                                  |
|---|--|------------------------------------|
| Тема 2. Методи дослідження кон'юнктури ринку  | Семінарське заняття. Тема: "Процедура розроблення кон'юнктурного огляду"                                 | Робота в малих групах, презентації |
| Тема 6. Аналіз та прогнозування тенденцій і стійкості розвитку ринкової кон'юнктури | Семінарське заняття. Тема: "Тенденційні опитування та їх використання в практиці кон'юнктурного аналізу" | Робота в малих групах, презентації |

**Лекції проблемного характеру** – це один із найважливіших елементів проблемного навчання студентів. Вони передбачають поряд із розглядом основного лекційного матеріалу встановлення та розгляд кола проблемних питань дискусійного характеру, які недостатньо розроблені в науці та мають актуальне значення для теорії та практики. Лекції проблемного характеру відрізняються поглибленою аргументацією матеріалу, що викладається. Вони сприяють формуванню у студентів самостійного творчого мислення, прищеплюють їм пізнавальні навички. Студенти стають учасниками наукового пошуку та вирішення проблемних ситуацій.

**Міні-лекції** передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу та характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень. Вони проводяться, як правило, як частина заняття-дослідження. Міні-лекції відрізняються від повноформатних лекцій значно меншою тривалістю. Зазвичай міні-лекції тривають не більше 10 – 15 хвилин і використовуються для того, щоб стисло донести нову інформацію до всіх слухачів. Міні-лекції часто застосовуються як частини цілісної теми, яку бажано викладати повноформатною лекцією, щоб не втомлювати аудиторію. Тоді інформація надається по черзі кількома окремими сегментами, між якими застосовуються інші форми та методи навчання.

**Семінари-дискусії** передбачають обмін думками і поглядами учасників із приводу даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди та переконання, виробляють вміння формулювати думки та висловлювати їх.

**Робота в малих групах** дає змогу структурувати практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування.

**Мозкові атаки** – метод вирішення невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити якомога більшу кількість ідей за дуже обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію.

**Презентації** – виступи перед аудиторією, що використовуються для подання певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань, проектних робіт. Презентації можуть бути як індивідуальними, наприклад виступ одного слухача, так і колективними, тобто виступи двох та більше слухачів.

**Метод Дельфі** використовується з метою досягнення консенсусу в експертних оцінках і передбачає надання можливості висловити свої думки групі експертів, що працюють індивідуально в різних місцях. У процесі вибору управлінського рішення за цим методом академічну групу розділяють, наприклад, на п'ять малих груп. Чотири групи є робочими, вони розробляють і приймають управлінське рішення, а п'ята група є експертною. Аналіз та варіанти управлінських рішень робочих груп усереднюються цією групою. Експертна група може бути поділена за спеціалізаціями.

**Комп'ютерна симуляція (гра)** – це метод навчання, що спирається на використання спеціальних комп'ютерних програм, за допомогою яких можливе віртуальне моделювання бізнес-процесу. Студенти можуть змінювати параметри й дані, приймати рішення та аналізувати наслідки таких рішень. Метою використання даного методу є розвиток системного мислення студентів, їх здібностей до планування, формування вмінь розпізнавати й аналізувати проблеми, порівнювати й оцінювати альтернативи, приймати оптимальні рішення й діяти в умовах обмеженого часу.

**Метод сценаріїв** полягає в розробці ймовірних моделей поведінки та розвитку конкретних явищ у перспективі.

**Банки візуального супроводу** сприяють активізації процесу навчання за темами навчальної дисципліни за допомогою наочності.

## 9. Методи контролю

Система оцінювання сформованих компетентностей (див. табл. 2.1) у студентів урахує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей

у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця, контрольні заходи включають:

**поточний контроль**, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських занять і оцінюється сумою набраних балів;

**модульний контроль**, що проводиться з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті *інтегровану* оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля;

**підсумковий/семестровий контроль**, що проводиться у формі заліку (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, – 60 балів).

*Поточний контроль* з даної навчальної дисципліни проводиться в таких формах:

- активна робота на лекційних заняттях;
- активна участь у виконанні практичних завдань;
- активна участь у дискусії;
- підготовка доповіді за заданою тематикою;
- презентація матеріалу на семінарських заняттях;
- захист практичного завдання;
- проведення поточного тестування.

*Модульний контроль* із даної навчальної дисципліни проводиться у формі письмової контрольної роботи.

*Підсумковий/семестровий контроль* проводиться у формі семестрового заліку.

### **Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів.**

Оцінювання знань студента під час семінарських і практичних занять та виконання індивідуальних завдань проводиться за такими критеріями:

розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;

ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни;

ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;

вміння поєднувати теорію з практикою під час розгляду виробничих ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків у процесі виконання індивідуальних завдань та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;



логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, вміння обґрунтувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;

правильність виконання індивідуального практичного завдання.

Максимально можливий бал за конкретним завданням ставиться за умови відповідності індивідуального завдання студента або його усної відповіді всім зазначеним критеріям. Відсутність тієї або іншої складової знижує кількість балів. При оцінюванні індивідуальних завдань увага також приділяється якості, самостійності та своєчасності здачі виконаних завдань викладачу, згідно з графіком навчального процесу. Якщо якась із вимог не буде виконана, то бали будуть знижені.

Поточний тестовий контроль проводиться 2 рази за семестр. Тест включає запитання одиничного та множинного вибору щодо перевірки знань основних категорій навчальної дисципліни.

Тестові завдання охоплюють провідні теми, які вивчаються в межах навчальної дисципліни "Кон'юнктура світових товарних ринків" та згруповані за двома модулями, кожен із яких складається з тестових завдань різного рівня складності.

Формат тестових завдань поділяється на:

завдання закритої форми із запропонованими відповідями, із яких вибирають одну правильну;

завдання відкритої форми (із вільно конструйованими відповідями).

Тестові завдання розрізняються за принципом побудови відповіді.

1. Альтернативні тестові завдання передбачають наявність двох варіантів відповіді типу "так – ні"; "правильно – неправильно" тощо. Їх використовують для перевірки правильності вибору або прийняття рішення у згорнутій формі.

2. Тестові завдання на відновлення відповідності частин становлять модифікацію тестових завдань із множинним вибором і подаються у вигляді двох чи більше колонок слів, фраз, графічних зображень, цифрових або літерних позначень тощо.

3. Тестові завдання на порівняння та протиставлення (на аналіз взаємозв'язку) рекомендуються для перевірки вмінь виявляти розпізнавальні ознаки різних явищ, ситуацій тощо.

4. Тестові завдання з множинними відповідями "правильно – неправильно" передбачають, що відповіді або рішення можуть бути тільки

правильними або неправильними. За ними тестується глибина знань, розуміння різних аспектів явищ, процесів тощо.

5. Тестові завдання на визначення причинної залежності використовуються за необхідності перевірки розуміння певної причинної залежності між двома явищами. Спочатку необхідно визначити, правильне чи неправильне кожне з двох тверджень окремо, а лише потім, якщо обидва неправильні, визначити, правильна чи неправильна причинна залежність між ними.

6. Тестові завдання на відтворення правильної послідовності, що потребують переструктурування даних або елементів будь-якої комбінації, використовуються в разі тестування вмінь і знань правильної послідовності дій (нормативної діяльності), алгоритмів діяльності, технологічних прийомів тощо, а також знань загальноприйнятих формулювань визначень, правил, законів, фрагментів нормативних документів і т. ін.

7. Тестові завдання відкритого типу передбачають вільні відповіді тестованих, є завданнями без запропонованих варіантів відповідей і використовуються для виявлення знань термінів, визначень, понять і т. д.

Тестові завдання для проміжного тестового контролю обираються за відповідними модулями з загального переліку.

Письмова контрольна робота проводиться 2 рази за семестр та включає практичні завдання різного рівня складності відповідно до тем змістового модуля.

Практична частина завдання модульного контролю складається з практичних завдань різного ступеня складності.

## **Зразок практичного модульного завдання**

### **Завдання 1**

Завод випускає 900 верстатів на рік; за нормативами металоємність даного типу верстата складає 800 кг/од. Втрати металу складають 5 % на 1 кг. Нова технологія дозволить зменшити металоємність на 20 %. Запаси металу збільшаться на 20 т. Розрахуйте місткість ринку товару виробничого споживання.

### **Завдання 2**

На основі експертних висновків (табл. 1) здійснено оцінювання чинників ризику підготовки до випуску нового товару і його реалізації на ринку. Дайте оцінку загальної ринкової ситуації.

### Експертні оцінки чинників ринкової ситуації

| Показники та чинники ринку                                  | Кон'юнктурна оцінка                         | Бали, $B_i$ | Вага, $W_i$ |
|---|---|-------------|-------------|
| Місткість ринку   | Велика                                      | 8           | 3           |
| Динаміка розвитку ринку                                     | Сильне коливання, зростання з уповільненням | 4           | 4           |
| Торгова марка   | Маловідома                                  | 2           | 5           |
| Конкурентоспроможність товару                               | Висока                                      | 9           | 1           |
| Інтенсивність конкуренції                                   | Висока                                      | 3           | 6           |
| Виробничі та фінансові чинники                              | Достатні                                    | 5           | 2           |
| Надійність торгових партнерів                               | Встановлюється                              | 3           | 7           |
| Виробництво і продаж попередніх зразків електронної техніки | Успішні                                     | 7           | 2           |
| Якість роботи маркетингової служби                          | Успішна                                     | 7           | 5           |
| Форс-мажорні чинники  | Високий рівень                              | 1           | 5           |

### Завдання 3

Використовуючи дані про продаж товару Б за три роки (табл. 2), проаналізуйте наявність сезонності продажів цього товару.

### Дані про продаж товару Б

| Квартали | Продаж товару Б за роками, тис. грн |     |     |
|----------|-------------------------------------|-----|-----|
|          | 1-й                                 | 2-й | 3-й |
| I        | 152                                 | 158 | 160 |
| II       | 126                                 | 180 | 136 |
| III      | 46                                  | 52  | 60  |
| IV       | 105                                 | 108 | 120 |

Алгоритм вирішення кожного завдання містить окремі етапи, які відрізняються за складністю, трудомісткістю та значенням для виконання завдання. Тому окремі завдання та етапи їх виконання оцінюються відокремлено один від одного таким чином:

**Завдання 1 (2 бали):**

- 1 бал – за правильне подання та використання методичного апарату;
- 1 бал – за наявність і ґрунтовність висновку.

**Завдання 2 (3 бали):**

- 1 бал – за правильне подання та використання методичного апарату, зокрема індексу ринкової ситуації;
- 1 бал – за наявність висновку;
- 1 бал – за ґрунтовність висновку.

**Завдання 3 (5 балів):**

- 1 бал – за застосування аналітичних підходів;
- 1 бал – за володіння понятійним апаратом;
- 1 бал – за охайність подання результатів;
- 1 бал – за наявність висновку;
- 1 бал – за ґрунтовність висновку.

**Критерії оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів.**

Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів, є: глибина і міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння робити обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, навички і прийоми виконання практичних завдань, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та оброблення, самореалізація на практичних та семінарських заняттях.

**Критеріями оцінювання доповіді є:**

- здатність проводити критичне та незалежне оцінювання певних проблемних питань;
- застосування аналітичних підходів;
- якість і чіткість викладення міркувань;

логіка, структуризація та обґрунтованість висновків щодо конкретної проблеми;

самостійність виконання роботи;

грамотність подачі матеріалу;

використання методів порівняння, узагальнення понять та явищ;

оформлення роботи.

**Критеріями оцінювання індивідуального завдання є:**

самостійність виконання;

логічність та деталізація плану;

повнота та глибина розкриття теми;

наявність ілюстрацій (таблиці, рисунки, схеми тощо);

кількість використаних джерел (не менше п'яти);

використання цифрової інформації та відображення практичного досвіду;

наявність конкретних пропозицій;

обґрунтування економічної ефективності запропонованих рекомендацій;

якість оформлення.

У ході оцінювання практичних завдань увага також приділяється якості, самостійності та своєчасності здачі виконаних завдань викладачу (згідно з графіком навчального процесу). Невиконання будь-якої із вимог є підставою для зниження викладачем оцінки.

**Порядок підсумкового контролю з навчальної дисципліни.**

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів із навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення двох модульних контролів, що охоплюють програму дисципліни та передбачають визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей (див. табл. 2.1).

## **10. Розподіл балів, які отримують студенти**

Система оцінювання рівня сформованості професійних компетентностей студентів денно форми навчання наведена в табл. 10.1.

**Система оцінювання рівня сформованості  
професійних компетентностей**

| Професійні компетентності  | Навчальний тиждень | Години | Методи та форми навчання |                      | ОЦІНКА рівня сформованості компетентностей  |                            |   |
|--|--------------------|--------|--------------------------|----------------------|---|----------------------------|---|
|  |                    |        |                          |                      | Форми контролю  | Максимальний бал           |   |
| 1  | 2                  | 3      | 4                        |                      | 5   | 6                          |   |
| <b>Змістовий модуль 1. Теоретичні підходи до вивчення кон'юнктури ринку</b>              |                    |        |                          |                      |   |                            |   |
| Знання, вміння та навички оцінювання та дослідження динаміки кон'юнктури товарних ринків | 1                  | Ауд.   | 2                        | Лекція               | <i>Тема 1.</i> Поняття та показники кон'юнктури ринку   | Групова робота в аудиторії | 1 |
|  |                    | СРС    | 2                        | Підготовка до занять | Вивчення лекційного матеріалу. Пошук та огляд літературних джерел за заданою тематикою  | -                          | - |
|  | 2                  | Ауд.   | 2                        | Лекція               | <i>Тема 1.</i> Поняття та показники кон'юнктури ринку   | Групова робота в аудиторії | 1 |
|  |                    |        | 2                        | Практичне заняття    | Поняття "кон'юнктура ринку". Елементи кон'юнктури. Взаємозв'язок товарного ринку з іншими ринками. Види кон'юнктури залежно від об'єкта дослідження. Кон'юнктуротворчі фактори та їхня класифікація. Показники ринкової кон'юнктури, їх зв'язок із розвитком кон'юнктурних циклів | Опитування                 | 6 |
|  |                    | СРС    | 6                        | Підготовка до занять | Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять. Пошук та огляд літературних джерел за заданою тематикою   | -                          | - |
|  | 3                  | Ауд.   | 2                        | Лекція               | <i>Тема 2.</i> Методи дослідження кон'юнктури ринку   | Групова робота в аудиторії | 1 |

| 1  | 2  | 3    |      | 4                    |   | 5  | 6                          |   |
|--|--|------|------|----------------------|---|--|----------------------------|---|
| Знання, вміння та навички оцінювання та дослідження динаміки кон'юнктури товарних ринків | 3  | Ауд. | 2    | Практичне заняття    | Методичні вимоги, що висуваються до процесу дослідження кон'юнктури ринку. Етапи проведення кон'юнктурного дослідження. Джерела вторинної інформації. Методи збору первинної інформації про ринок | Доповідь                                     | 10                         |   |
|  |  | СРС  | 4    | Підготовка до занять | Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою   | –  | –                          |   |
|  | 4  | Ауд. | 2    | Лекція               | Тема 2. Методи дослідження кон'юнктури ринку  | Групова робота в аудиторії                   | 1                          |   |
|  |  |      | 2    | Практичне заняття    | Методи аналізу інформації про ринок. Кон'юнктурний аналіз як складова частина маркетингового аналізу. Характерні риси кон'юнктури ринку   | Опитування                                   | 6                          |   |
|  |  | СРС  | 6    | Підготовка до занять | Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою   | –  | –                          |   |
|  |  |      |      |                      |   |  |                            | <b>Змістовий модуль 2. Аналіз та прогнозування кон'юнктури світових товарних ринків</b> |
|  | Проведення аналізу та прогнозування кон'юнктури світових товарних ринків | 5    | Ауд. | 2                    | Лекція  | Тема 3. Аналіз масштабу та потенціалу ринку  | Групова робота в аудиторії | 1   |
|  |  |      |      | 2                    | Практичне заняття   | Проведення контролю знань та вмінь студентів | Письмова контрольна робота | 11  |
| СРС  |  |      | 6    | Підготовка до занять | Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою   | –  | –                          |   |

| 1  | 2 | 3    | 4 |                      | 5  | 6  |   |
|--|---|------|---|----------------------|--|--|---|
| Проведення аналізу та прогнозування кон'юнктури світових товарних ринків | 6 | Ауд. | 2 | Лекція               | Тема 4. Аналіз збалансованості ринку   | Групова робота в аудиторії                       | 1 |
|  |   |      | 2 | Практичне заняття    | Класифікація товарних ринків. Виробничий потенціал ринку. Споживчий потенціал (місткість) ринку. Показники насиченості ринку як наявності товарів у споживачів та насиченості торгівлі | Опитування. Перевірка виконання домашніх завдань | 6 |
|  |   | СРС  | 6 | Підготовка до занять | Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою  | –  | – |
|  | 7 | Ауд. | 2 | Лекція               | Тема 5. Оцінювання й аналіз циклічності та сезонності ринку  | Групова робота в аудиторії                       | 1 |
|  |   |      | 2 | Практичне заняття    | Оцінювання співвідношення попиту та пропозиції. Система ринкових індикаторів. Індекс ринкової ситуації (стратегічний індекс). Коефіцієнт лінійних структурних зрушень                  | Перевірка виконання домашніх завдань             | 6 |
|  |   | СРС  | 4 | Підготовка до занять | Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою  | –  | – |
|  | 8 | Ауд. | 2 | Лекція               | Тема 6. Аналіз та прогнозування тенденцій і стійкості розвитку ринкової кон'юнктури  | Групова робота в аудиторії                       | 1 |
|  |   |      | 2 | Практичне заняття    | Класифікація ринкових циклів. Сезонність як один із різновидів кон'юнктурних циклів. Методи моделювання сезонних хвиль   | Опитування. Перевірка виконання домашніх завдань | 1 |



| 1  | 2  | 3    | 4 |                      | 5  | 6  |   |
|--|----|------|---|----------------------|--|--|---|
| Проведення аналізу та прогнозування кон'юнктури світових товарних ринків | 8  | СРС  | 4 | Підготовка до занять | Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою  | –  | – |
|  | 9  | Ауд. | 2 | Лекція               | <i>Тема 6.</i> Аналіз та прогнозування тенденцій і стійкості розвитку ринкової кон'юнктури   | Групова робота в аудиторії                       | 1 |
|  |    |      | 2 | Практичне заняття    | Методи визначення тенденцій розвитку ринку. Характеристика ступеня стійкості розвитку ринку в динаміці та статичі. Визначення коефіцієнта апроксимації та коефіцієнта варіації | Опитування. Перевірка виконання домашніх завдань | 6 |
|  |    | СРС  | 4 | Підготовка до занять | Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою  | –  | – |
|  | 10 | Ауд. | 2 | Лекція               | <i>Тема 7.</i> Кон'юнктура світових секторів і товарних ринків   | Групова робота в аудиторії                       | 1 |
|  |    |      | 2 | Практичне заняття    | Сутність і класифікація прогнозів ринку. Методи прогнозування кон'юнктури ринку. Особливості прогнозування елементів ринку за окремими товарами                                | Опитування. Перевірка виконання домашніх завдань | 6 |
|  |    | СРС  | 4 | Підготовка до занять | Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою  | –  | – |
|  | 11 | Ауд. | 2 | Лекція               | <i>Тема 7.</i> Кон'юнктура світових секторів і товарних ринків   | Групова робота в аудиторії                       | 1 |

## Закінчення табл. 10.1

| 1  | 2  | 3          |    | 4   |  | 5  | 6          |
|--|----|------------|----|---|--|--|------------|
| Проведення аналізу та прогнозування кон'юнктури світових товарних ринків | 11 | Ауд.       | 2  | Практичне заняття   | Проведення контролю знань та вмінь студентів   | Письмова контрольна робота                     | 11         |
|  |    | СРС        | 6  | Підготовка до занять                                      | Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до контрольної роботи                                      | -  | -          |
|  | 12 | Ауд.       | 2  | Практичне заняття   | Презентація та захист індивідуального завдання   | Презентація та захист індивідуального завдання | 10         |
|  |    | СРС        | 12 | Підготовка до занять                                      | Підготовка індивідуального завдання. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою | Підготовка індивідуального завдання            | 10         |
| <b>Усього годин</b>  |    | <b>108</b> |    | <b>Загальна максимальна кількість балів із дисципліни</b> |  |  | <b>100</b> |

Розподіл балів у межах тем змістового модуля наведено в табл. 10.2.

Таблиця 10.2

## Розподіл балів за темами

| Теми  | Лекційні заняття | Практичні заняття | Доповідь | Опитування | Письмові поточні контрольні роботи | Захист індивідуального завдання | Сума балів  |
|---|------------------|-------------------|----------|------------|------------------------------------|---------------------------------|-------------|
| 1   | 2                | 3                 | 4        | 5          | 6                                  | 7                               | 8           |
| <i>Тема 1.</i> Поняття та показники кон'юнктури ринку | 2,0              | 2,0               | 9        | 5          | 10,0                               | 20                              | <b>18,0</b> |

Закінчення табл. 10.2

| 1   | 2           | 3           | 4          | 5           | 6    | 7           | 8           |
|---|-------------|-------------|------------|-------------|------|-------------|-------------|
| Тема 2. Методи дослідження кон'юнктури ринку  | 2,0         | 2,0         | –          | 5           | 10,0 | 20          | <b>29,0</b> |
| Тема 3. Аналіз масштабу та потенціалу ринку   | 1,0         | 1,0         | –          | 5           | 10   |             | <b>7,0</b>  |
| Тема 4. Аналіз збалансованості ринку  | 1,0         | 1,0         | –          | 5           |      |             | <b>7,0</b>  |
| Тема 5. Оцінювання й аналіз циклічності та сезонності ринку                         | 1,0         | 1,0         | –          | 5           |      |             | <b>7,0</b>  |
| Тема 6. Аналіз та прогнозування тенденцій і стійкості розвитку ринкової кон'юнктури | 2,0         | 2,0         | –          | 5           |      |             | <b>19,0</b> |
| Тема 7. Кон'юнктура світових секторів і товарних ринків                             | 2,0         | 1,0         | –          | –           |      |             | <b>23,0</b> |
| <b>Усього балів</b>   | <b>11,0</b> | <b>10,0</b> | <b>9,0</b> | <b>30,0</b> |      | <b>20,0</b> | <b>20,0</b> |

Максимальну кількість балів, яку може накопичити студент протягом тижня за формами та методами навчання, наведено в табл. 10.3.

Таблиця 10.3

### Розподіл балів за тижнями

| Теми змістового модуля |        |           | Лекційні заняття | Практичні заняття | Доповідь | Опитування | Письмові поточні контрольні роботи | Захист індивідуального завдання | Усього |
|------------------------|--------|-----------|------------------|-------------------|----------|------------|------------------------------------|---------------------------------|--------|
| 1                      |        |           | 2                | 3                 | 4        | 5          | 6                                  | 7                               | 8      |
| Змістовий модуль 1     | Тема 1 | Тиждень 1 | 1                | –                 | –        | –          | –                                  | –                               | 1      |
|                        | Тема 1 | Тиждень 2 | 1                | 1                 | –        | 5          | –                                  | –                               | 7      |
|                        | Тема 2 | Тиждень 3 | 1                | 1                 | 9        | –          | –                                  | –                               | 11     |
|                        | Тема 2 | Тиждень 4 | 1                | 1                 | –        | 5          | –                                  | –                               | 7      |

| 1                   |        | 2          | 3         | 4        | 5         | 6         | 7         | 8          |    |
|---------------------|--------|------------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|------------|----|
| Змістовий модуль 2  | Тема 3 | Тиждень 5  | 1         | 1        | –         | –         | 10        | –          | 12 |
|                     | Тема 4 | Тиждень 6  | 1         | 1        | –         | 5         | –         | –          | 7  |
|                     | Тема 5 | Тиждень 7  | 1         | 1        | –         | –         | –         | –          | 2  |
|                     | Тема 6 | Тиждень 8  | 1         | 1        | –         | 5         | –         | –          | 7  |
|                     | Тема 6 | Тиждень 9  | 1         | 1        | –         | 5         | –         | –          | 7  |
|                     | Тема 7 | Тиждень 10 | 1         | 1        | –         | 5         | –         | –          | 7  |
|                     | Тема 7 | Тиждень 11 | 1         | 1        | –         | –         | 10        | –          | 12 |
|                     | Тема 7 | Тиждень 12 | –         | –        | –         | –         | –         | 20         | 20 |
| <b>Усього балів</b> |        | <b>11</b>  | <b>10</b> | <b>9</b> | <b>30</b> | <b>20</b> | <b>20</b> | <b>100</b> |    |

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни визначається відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С.Кузнеця (табл. 10.4).

Оцінки за цією шкалою заносяться до відомостей обліку успішності, індивідуального навчального плану студента та іншої академічної документації.

Таблиця 10.4

### Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ЄКТС | Оцінка за національною шкалою                      |               |
|--|-------------|--|---------------|
|  |             | для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку    |
| 90 – 100                                     | A           | відмінно   | зараховано    |
| 82 – 89                                      | B           | добре  |               |
| 74 – 81                                      | C           |  |               |
| 64 – 73                                      | D           | задовільно   |               |
| 60 – 63                                      | E           |  |               |
| 35 – 59                                      | FX          | незадовільно                                       | не зараховано |
| 1 – 34                                       | F           |  |               |

# 11. Рекомендована література

## 11.1. Основна

1. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование : учеб. пособ. руководство по изучению дисциплины, практикум по курсу, учебная программа И. К. Беляевский. – М. : Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2004. – 414 с.
2. Дурович А. П. Практика маркетинговых исследований. В 2 кн. Кн. 1. Основные концепции и методы / А. П. Дурович. – М. : Изд. Гревцова, 2008. – 256 с.
3. Дурович А. П. Практика маркетинговых исследований. В 2 кн. Кн. 2. Среда. Рынок. Товары. Конкуренты. Потребители. Коммуникации / А. П. Дурович. – М. : Изд-во Гревцова, 2008. – 400 с.
4. Желтякова И. А. Цены и ценообразование. Краткий курс : учеб. пособ. / И. А. Желтякова, Г. А. Маховикова, Н. Ю. Пузыня. – СПб. : Изд. "Питер", 2008. – 176 с.
5. Карпов В. А. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку : навч. посіб. / В. А. Карпов, В. П. Кучеренко. – К. : Т-во "Знання", КОО, 2001. – 215 с.
6. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 2000. – 460 с.
7. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. Избранные труды / Н. Д. Кондратьев ; Международный фонд Н. Д. Кондратьева и др. ; Ред. колл. : Абалкин Л. И. и др. ; сост. Ю. В. Яковец. – М. : ЗАО "Издательство "Экономика", 2002. – 767 с.
8. Косенков С. І. Маркетингові дослідження / С. І. Косенков. – К. : Скарби, 2004. – 464 с.
9. Левшин Ф. М. Мировой рынок: Конъюнктура, цены и маркетинг / Ф. М. Левшин. – М. : Международные отношения, 2003. – 284 с.
10. Морозов Ю. В. Основы маркетинга : учеб. пособ. для вузов / Ю. В. Морозов. – М. : ИД "Дашков и К<sup>о</sup>", 2000. – 156 с.
11. Ноздрева Р. Б. Маркетинг: как побеждать на рынке / Р. Б. Ноздрева, Л. И. Цыгичко. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 345 с.
12. Розвиток секторів і товарних ринків України: НАН України, Інститут економічного прогнозування / за ред. д. е. н., проф. В. О. Точиліна. – Ужгород : ІВА, 2001. – 400 с.

13. Світовий ринок товарів та послуг : підручник. В 2 ч. Ч. 1 / А. А. Мазаракі, Є. М. Воронова, В. В. Юхименко та ін.; За заг. ред. А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2005. – 319 с.

14. Ямароне Р. Э. Ключевые экономические индикаторы: руководство трейдера / Р. Э. Ямароне – М. : Интернет-трейдинг, 2004. – 328 с.

## 11.2. Додаткова

15. Астахова І. Е. Маркетинг : конспект лекцій для студентів спеціальностей 7.050101, 7.050103, 7.050.206 усіх форм навчання / І. Е. Астахова. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 144 с.

16. Бойко И. И. Маркетинговые исследования (минимальный маркетинговый эксперимент) : учеб. пособ. / И. И. Бойко. – К. : Кондор, 2005. – 280 с.

17. Зяйлік М. Ф. Євромаркетинг : навч. посіб. / М. Ф. Зяйлік, Л. Б. Зяйлік. – К. : Кондор, 2009. – 226 с.

18. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. ; пер. с англ. – 9-е изд. – М. : ИД "Вильямс", 2003. – 1200 с.

19. Малхотра Н. К. Маркетинговые исследования : практическое руководство / Малхотра Н. К. ; пер. с англ. – 3-е изд. – М. : ИД "Вильямс", 2003. – 960 с.

20. Нагапетьянц Н. А. Прикладной маркетинг : учеб. пособ. для вузов / Н. А. Нагапетьянц. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 272 с.

21. Парфенцева Н. Міжнародні статистичні класифікації в Україні: Впровадження й використання / Н. Парфенцева. – К. : Основи, 2000. – 350 с.

22. Ринки реального сектора економіки України в інституціональному середовищі СОТ: кон'юнктура та інтеграція : монографія / за ред. д. е. н., проф. В. О. Точиліна. – К. : НАН України, Ін-т економіки та прогнозування, 2012. – 552 с.

23. Сєрова І. А. Дослідження і прогнозування економічної кон'юнктури : конспект лекцій для студентів спеціальності 8.050110 "Прикладна статистика" денної форми навчання / І. А. Сєрова, Т. С. Мирна. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 92 с.

24. Тимонин А. М. Маркетинг : курс лекцій / А. М. Тимонин. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2006. – 74 с.

25. Цены и ценообразование : учебник для вузов. / под ред. В. Е. Есипова. – 3-е изд. – СПб. : Изд. "Питер". 2000. – 464 с.

### **11.3. Інформаційні ресурси**

26. Бюллетень иностранной коммерческой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rusexporter.ru/wiki>.

27. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.

28. Державне підприємство "Інформаційно-аналітичне агентство" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://iaa.kiev.ua>.

29. Organisation for Economic Cooperation and Development [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.oecd.org>.

30. United Nations Statistics Division [Electronic resource]. – Access mode : <http://unstats.un.org>.

31. World Trade Organization [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.wto.org>.

### **11.4. Методичне забезпечення**

32. Контрольні завдання з навчальної дисципліни "Кон'юнктурознавство" для студентів спеціалізації "Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності" денної форми навчання / укл. І. В. Юлегіна. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 16 с.

33. Кон'юнктурознавство : конспект лекцій для студентів спеціальності 6.050206 усіх форм навчання / укл. І. В. Юлегіна. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 80 с.

34. Кон'юнктурознавство : навч. посіб. для студентів напряму підготовки 0306 "Менеджмент" / укл. І. В. Юлегіна. – Х. : Вид. : ХНЕУ, 2013. – 80 с.

35. Планы практических и семинарских занятий по курсу "Конъюнктуроведение" для студ. спец. 7.050206 всех форм обучения / сост. И. В. Юлегина. – Х. : Изд. ХГЭУ, 2002. – 16 с.

36. Программа курса "Конъюнктуроведение" для студ. спец. 7.050206 всех форм обучения / сост. И. В. Юлегина. – Х. : Изд. ХГЭУ, 2002. – 16 с.

37. Робоча програма навчальної дисципліни "Кон'юнктура та маркетингові дослідження світового ринку" для студентів 8.050206 денної форми навчання / укл. І. В. Юлегіна. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 32 с.

38. Робоча програма навчальної дисципліни "Кон'юнктурознавство" для студентів спеціалізації "Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності" денної форми навчання / укл. І. В. Юлегіна. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 36 с.



# Додатки

Додаток А

Таблиця А.1

## Структура складових професійних компетентностей з навчальної дисципліни "Кон'юнктура світових товарних ринків" за Національною рамкою кваліфікацій України

49

| Складові компетентності, яка формується в рамках теми  | Мінімальний досвід                             | Знання  | Вміння   | Комунікації   | Автономність і відповідальність   |
|--|--|---|--|---|---|
| 1  | 2  | 3   | 4  | 5   | 6   |
| <b>Тема 1. Поняття та показники кон'юнктури ринку</b>  |  |   |  |   |   |
| Визначати значимі фактори кон'юнктури, оцінювати взаємозв'язок ситуації на ринку товарів із положенням на інших ринках   | Сутність поняття "ринок" та його складових     | Знання факторів, які характеризують кон'юнктуру ринку. Поняття про види кон'юнктури та систему ринків | Ідентифікувати вид ринкової кон'юнктури та фактори, які впливають на її стан   | Здійснювати взаємозв'язок обраного ринку з іншими видами ринків | Відповідальність за точну ідентифікацію виду ринкової кон'юнктури та факторів впливу на неї |
| <b>Тема 2. Методи дослідження кон'юнктури ринку</b>  |  |   |  |   |   |
| Відбирати релевантні джерела інформації, зіставляти результати формального та неформального способів аналізу стану ринку | Вимоги, які ставляться до інформації про ринок | Знання методичних вимог та етапів дослідження кон'юнктури товарного ринку                             | Знаходити релевантні джерела інформації про ринок. Зіставлення інформації із різних джерел. Робити висновки щодо стану кон'юнктури обраного типу ринку | Презентувати результати дослідження кон'юнктури ринку           | Відповідальність за достовірність результатів дослідження ринку                             |

| 1  | 2  | 3   | 4   | 5   | 6   |
|--|--|---|---|---|---|
| <b>Тема 3. Аналіз масштабу та потенціалу ринку</b>   |  |   |   |   |   |
| Дослідження та аналіз масштабу і потенціалу ринку  | Характеристика типів ринкової ситуації               | Знання методичних підходів до визначення частки ринку, як якісної, так і кількісної | Визначення масштабу обраного товарного ринку. Оцінювання споживчого та виробничого потенціалу ринку | Робити висновки щодо конкурентної ситуації досліджуваного ринку   | Відповідальність за визначення потенціалу ринку досліджуваного товару                     |
| <b>Тема 4. Аналіз збалансованості ринку</b>  |  |   |   |   |   |
| Дослідження та аналіз збалансованості ринку  | Характеристика типів ринкової ситуації               | Знання критеріїв оцінювання збалансованості ринку                                   | Оцінити збалансованість ринку за різними критеріями   | Ефективно формувати комунікаційну стратегію   | Відповідальність за визначення ступеня збалансованості досліджуваного товарного ринку     |
| <b>Тема 5. Оцінювання й аналіз циклічності та сезонності ринку</b>                         |  |   |   |   |   |
| Дослідження та аналіз циклічності та сезонності ринку                                      | Характеристика видів ринкової циклічності            | Знання методів визначення циклічності та умов їх застосування                       | Визначати сезонність та коефіцієнт варіації   | Презентувати результати побудови моделей сезонності   | Відповідальність за визначення циклічності та її впливу на ринкову ситуацію протягом року |
| <b>Тема 6. Аналіз та прогнозування тенденцій і стійкості розвитку ринкової кон'юнктури</b> |  |   |   |   |   |
| Дослідження та аналіз тенденцій і стійкості розвитку ринкової кон'юнктури                  | Характеристика методів визначення ринкових тенденцій | Знання видів тенденцій розвитку ринкової кон'юнктури                                | Визначати тенденції розвитку ринкової кон'юнктури та їх стійкість у часі та просторі                | Презентувати результати дослідження тенденцій та стійкості ринкової кон'юнктури у графічному та цифровому форматі | Приймати рішення щодо наявності ринкових тенденцій та їх стійкості                        |

## Закінчення додатка А

## Закінчення табл. А.1

| 1  | 2   | 3  | 4  | 5   | 6   |
|--|---|--|--|---|---|
| Вибір методу та здійснення прогнозування елементів кон'юнктури світових товарних ринків          | Класифікація методів прогнозування та оцінювання їх достовірності | Знання типів прогнозів та умов їх застосування                     | Обирати за застосовувати метод прогнозу відповідно до характеру похідних даних та оцінювати його достовірність | Презентувати результати прогнозування ситуації на ринку обраного товару   | Приймати ефективні управлінські рішення за результатами прогнозованої ситуації на товарному ринку |
| <b>Тема 7. Кон'юнктура світових секторів і товарних ринків</b>                                   |   |  |  |   |   |
| Визначати стан кон'юнктури світових товарних ринків із використанням вторинних джерел інформації | Підходи до класифікації світових товарних ринків                  | Знання основних властивостей різних типів світових товарних ринків | Оцінювати кон'юнктуру ситуацію на обраному світовому товарному ринку   | Презентувати результати дослідження кон'юнктури світового товарного ринку | Робити висновки щодо стану кон'юнктури світового товарного ринку                                  |

**Зразок оформлення титульного аркуша  
Індивідуального завдання з дисципліни  
"Кон'юнктура світових товарних ринків"**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ  
СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Кафедра міжнародної економіки  
та менеджменту зовнішньоеко-  
номічної діяльності

**ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ  
"КОН'ЮНКТУРА СВІТОВИХ ТОВАРНИХ РИНКІВ"**

на тему:  
"ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ СВІТОВОГО РИНКУ  
ПЕВНОГО ТОВАРУ"

Перевірив:  
к.е.н., доцент

І. В. Юлегіна

Виконав:  
студент III курсу групи 6.06.47.14.01  
напряму підготовки 6.030601  
"Менеджмент"

К. І. Куценко

Харків, 2016

## Зміст

|   |    |
|---|----|
| Вступ.....  | 3  |
| 1. Опис навчальної дисципліни .....                 | 4  |
| 2. Мета та завдання навчальної дисципліни .....     | 4  |
| 3. Програма навчальної дисципліни .....             | 8  |
| 4. Структура навчальної дисципліни.....             | 10 |
| 5. Теми та плани семінарських занять.....           | 11 |
| 6. Теми практичних занять .....                     | 13 |
| 7. Самостійна робота студентів .....                | 14 |
| 7.1. Індивідуальне завдання.....                    | 16 |
| 7.2. Контрольні запитання для самодіагностики ..... | 26 |
| 8. Методи навчання .....                            | 28 |
| 9. Методи контролю .....                            | 31 |
| 10. Розподіл балів, які отримують студенти .....    | 37 |
| 11. Рекомендована література.....                   | 45 |
| 11.1. Основна .....                                 | 45 |
| 11.2. Додаткова .....                               | 46 |
| 11.3. Інформаційні ресурси .....                    | 47 |
| 11.4. Методичне забезпечення .....                  | 47 |
| Додатки.....  | 49 |

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

**Робоча програма  
навчальної дисципліни  
"КОН'ЮНКТУРА  
СВІТОВИХ ТОВАРНИХ РИНКІВ"  
для студентів напряму підготовки  
6.030601 "Менеджмент"  
спеціалізації "Менеджмент  
зовнішньоекономічної діяльності"  
денної форми навчання**

*Самостійне електронне текстове мережеве видання*

Укладачі: **Юлегіна** Ірина Валеріївна  
**Котиш** Олена Миколаївна

Відповідальний за видання *С. І. Стахорська*

Редактор *М. А. Ковальчук*

Коректор *Т. А. Маркова*

План 2016 р. Поз. № 224 ЕВ. Обсяг 54 с.

---

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9-А

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру  
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*