



**АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«АНАЛІЗ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ»-**  
*дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».*  
*Викладається кафедрою маркетингу*

**1. Мета опанування дисципліни.**

Метою курсу «Аналіз ринкової кон'юнктури» є формування системи знань щодо основних тенденцій та темпів розвитку ринкової кон'юнктури, а також методичних основ проведення кон'юнктурних досліджень.

**2. В результаті вивчення дисципліни студент буде:**

**ЗНАТИ:**

- методику проведення кон'юнктурних досліджень;
- характеристику основних показників кон'юнктури;
- алгоритм проведення аналізу загальногосподарської кон'юнктури та кон'юнктури товарного ринку;
- основні методи ціноутворення на товарних ринках.

**ВМІТИ:**

- проводити кон'юнктурні дослідження товарних ринків;
- аналізувати кон'юнктуру товарних ринків;
- розробляти практичні пропозиції щодо окремих товарних ринків, складати прогнози їх розвитку;
- досліджувати причинно-наслідкові зв'язки і прогнозувати наслідки прийнятих рішень суб'єктами ринку;
- аналізувати та оцінювати на основі кон'юнктурних показників перспективи розвитку товарних ринків та пов'язаних з ними галузей промисловості.

**3. Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:**

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
3. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
4. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
5. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
6. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
8. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
9. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
10. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
11. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
12. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
13. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
14. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
15. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
16. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
17. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
18. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

#### ***4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії***

Знання у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетологам для набуття практичних вмінь кон'юнктурного аналізу для підвищення ефективності маркетингових заходів та діяльності підприємства в цілому. Опанування змісту навчальної дисципліни повинно сприяти розумінню сутності та інструментарію кон'юнктурного аналізу, а також формуванню навичок прогнозування основних кон'юктуроутворюючих факторів потенційних ринків збуту.

#### ***5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:***

1. Поняття і завдання вивчення ринкової кон'юнктури.
2. Основи методики кон'юнктурних досліджень.
3. Система кон'юнктурних показників.
4. Методи кон'юнктурних досліджень.
5. Аналіз динаміки і циклічності економічних процесів.
6. Ціни і цінові показники кон'юнктури.
7. Оцінювання потенціалу та основних пропорцій ринку.
8. Методи кон'юнктурного оцінювання підприємницького ризику.
9. Кон'юнктурні дослідження окремих видів ринків.