



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ
«ГАЛУЗЕВИЙ АНАЛІЗ» –
дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу

1. Мета опанування дисципліни в контексті підготовки фахівців з маркетингу.

Мета навчальної дисципліни Галузевий аналіз полягає у систематизації, розширенні та поглибленні теоретичних знань про методіку галузевого аналізу, економічних характеристик та закономірностей розвитку галузевих ринків, набутті практичних навичок використання аналітичних методик для вивчення тенденцій функціонування галузевих ринків та розробки управлінських рішень на їх основі.

2. В результаті вивчення дисципліни студент буде:

ЗНАТИ: особливості поведінки споживачів і господарчих суб'єктів, які прагнуть реалізувати свої економічні інтереси; теоретичні засади галузевих ринків; сучасні підходи до визначення та аналізу ринкових структур; базові моделі короткострокової та довгострокової рівноваги фірми-виробника; засоби впливу на ринкові структури; методіку визначення попиту і пропозиції; методи прийняття оптимальних господарських рішень за наявних обмежених ресурсів та альтернативних можливостей їх використання.

ВМІТИ: користуватися поняттями і категоріями теорії ринку; проводити аналіз ринкових ситуацій; оптимально використовувати обмежені ресурси альтернативного застосування; визначати цінову еластичність попиту.

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

1. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
3. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
4. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
5. Здатність працювати в команді.
6. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
8. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
9. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
10. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
11. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетологам для набуття практичних вмінь у сфері взаємодії суб'єктів ринкових відносин. Опанування змісту навчальної дисципліни повинно сприяти розумінню сутності методів прийняття оптимальних господарських рішень, а також активізації мислення і розвитку ділової активності в умовах ринкових відносин.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Галузь та галузеві ринків.
2. Структури та види галузевих ринків.
3. Форми функціонування галузей та ринків.
4. Взаємодія попиту і пропозиції на ринку.
5. Аналіз конкурентної структури ринку.
6. Вимірювання бар'єрів входу і динаміки ринку.
7. Дослідження ринків природної монополії та антимонопольне регулювання.
8. Аналіз процесів злиття та поглинань.