



## АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ «ТЕОРІЯ ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ» –

*дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».*  
*Викладається кафедрою маркетингу*

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

Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні системи знань про механізм функціонування ринку та особливості інфраструктури товарного ринку, здійсненні аналізу закономірностей функціонування основних моделей ринкових структур та поведінки суб'єктів ринку, наданні можливості студенту об'єктивно оцінювати економічні процеси, що відбуваються на ринку.

### **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 маркетингологам 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. Вступ в теорію галузевих ринків.
2. Сутність, структура та види ринків.
3. Види ринків та типи ринкових структур.
4. Умови формування ринку та механізми його функціонування. Попит і пропозиція на ринку.
5. Конкуренція і монополія в ринковій економіці. Ринкова ціна.
6. Бар'єри входу і динаміка ринку.
7. Ринки природної монополії та антимонопольне регулювання.
8. Аналіз процесів злиття та поглинань.