



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ «РИНКОЗНАВСТВО»

*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. Основними завданнями навчальної дисципліни є: формування економічного мислення та професійних компетентностей у студентів освітньої програми; забезпечення глибокого розуміння основних категорій дисципліни, ключових трендів та закономірностей розвитку сучасних ринків, а також основних напрямів та інструментів державної галузевої політики; набуття практичних навичок застосування системи показників для оцінки висоти бар'єрів входу та виходу, рівня концентрації та монополізації конкретних галузевих ринків; формування навичок критичного осмислення проблем розвитку галузевих ринків та їх регулювання; активізація творчого пошуку студентів у вирішенні складних проблем функціонування галузевих ринків.

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. Поняття ринку. Типи ринку.
2. Аналіз конкурентного середовища на товарних ринках.
3. Економічна ефективність та державне регулювання галузевих ринків.
4. Фактори, що визначають структуру ринків.
5. Олігопольна координація.
6. Ринки природної монополії.
7. Влада покупця та вертикальна інтеграція.
8. Структура ринку, патенти та технологічні інновації.