



## Галузеві ринки (ПО 06) Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

### Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	<i>Перший (бакалаврський)</i>
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Освітня програма	Промисловий маркетинг
Статус дисципліни	Нормативна
Форма навчання	Очна (денна)
Рік підготовки, семестр	<i>1 курс, 2 семестр</i>
Обсяг дисципліни	4 кредити / 120 годин (лекції – 30 год., практичні заняття – 30 год., самостійна робота здобувачів - 60 год.)
Семестровий контроль/ контрольні заходи	Залік / модульна контрольна робота / реферат
Розклад занять	Згідно розкладу: <a href="https://my.kpi.ua">https://my.kpi.ua</a>
Мова викладання	<i>Українська</i>
Інформація про керівника курсу / викладачів	Лектор / Практичні заняття: <b>Плисенко Галина Павлівна</b> , кандидат економічних наук, доцент кафедри промислового маркетингу, e-mail: <a href="mailto:plysenko.halyna@i11.kpi.ua">plysenko.halyna@i11.kpi.ua</a>
Розміщення курсу	1) Доступна на платформі «Сікорський». URL: <a href="https://do.ipro.kpi.ua/">https://do.ipro.kpi.ua/</a> . Посилання на курс надається викладачем.

### Програма навчальної дисципліни

#### 1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання

Дисципліна «Галузеві ринки» належить до нормативних освітніх компонентів циклу професійної підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг». Дисципліна орієнтована на вивчення основних закономірностей функціонування галузевих ринків та конкурентної поведінки підприємств, теоретичні, методологічні та прикладні засади аналізу різних типів структур галузевих ринків.

**Мета навчальної дисципліни:** формування системи базових знань щодо розуміння закономірностей функціонування галузевих ринків та конкурентної поведінки фірм, засвоєння теоретичних та методологічних засад аналізу різних типів структур галузевих ринків та дослідження можливості їх регулювання заради суспільного добробуту

**Предмет навчальної дисципліни:** структура галузевих ринків, чинники, що впливають на розвиток галузей, методи аналізу та оцінки галузевих ринків.

Викладання навчальної дисципліни орієнтоване на формування у здобувачів вищої освіти ряду компетентностей:

- ЗК06 – Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;

- ФК11 – здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків;
- ФК13 – здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі;
- ФК16 – здатність проводити комплексний аналіз економічного середовища діяльності підприємства на мікро- та макрорівнях і досліджувати структурні особливості галузевих ринків, приймати управлінські рішення в умовах конкурентного середовища та ефективно управляти маркетинговими процесами в відповідних секторах;
- ФК17 – здатність розробляти та реалізовувати комплексні маркетингові рішення з урахуванням специфіки промислових ринків, поведінкових характеристик споживачів і бізнес-клієнтів, особливостей брендингу інноваційно-технологічних товарів і інтеграції логістичних процесів.

Вивчення навчальної дисципліни дозволить сформувати у здобувача вищої освіти наступні **програмні результати навчання:**

- ПРН02 – аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності;
- ПРН10 – пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта;
- ПРН11 – демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта;
- ПРН21 – демонструвати вміння оцінювати макро- та мікроекономічні фактори впливу на ринкову кон'юнктуру, формувати моделі позиціонування компанії на різних галузевих ринках, приймати та реалізовувати ефективні маркетингові управлінські рішення.
- ПРН22 – використовувати поведінкові моделі покупців і бізнес-клієнтів для формування довгострокових відносин на B2B-ринках, створювати та розвивати бренд промислових компаній, розуміти особливості логістичних процесів і принципів управління ланцюгами постачання, адаптувати інноваційно-технологічні товари до потреб споживачів на цільових ринках.

## **2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)**

**Пререквізити:** для вивчення дисципліни «Галузеві ринки» здобувачам необхідно мати знання з таких дисциплін: «Макроекономіка та мікроекономіка».

**Постреквізити:** дисципліна «Галузеві ринки» забезпечує такі дисципліни: «Промисловий маркетинг».

## **3. Зміст навчальної дисципліни**

Тема 1. Вступ до дисципліни. Методологія аналізу та оцінювання меж релевантного ринку в системі маркетингових рішень.

Тема 2. Ринкова концентрація та оцінювання впливу ринкової влади на конкуренцію і маркетингову поведінку суб'єктів ринку.

Тема 3. Функціонування та державне регулювання монопольних структур у контексті прийняття маркетингових управлінських рішень.

Тема 4. Вертикальні взаємовідносини та конкуренція в ланцюгах створення вартості: міждисциплінарний маркетинговий підхід.

Тема 5. Диференціація продукту як інструмент формування структури ринку, позиціонування та конкурентних маркетингових стратегій.

Тема 6. Ринкова влада в умовах олігополії: аналіз стратегій, індексів концентрації та бар'єрів конкуренції в маркетинговій діяльності

Тема 7. Моделі поведінки фірми в умовах олігополії та альтернативні варіанти прийняття маркетингових управлінських рішень.

Тема 8. Механізми координації фірм і формування колективної ринкової влади: оцінювання впливу на конкурентну кон'юнктуру ринку.

Тема 9. Інформаційні бар'єри, поведінка споживачів і роль реклами у конкуренції: пояснення та комунікація маркетингових рішень.

Тема 10. Україна в системі міжнародних економічних відносин і глобальної конкуренції: оцінювання макроекономічних факторів.

#### **4. Навчальні матеріали та ресурси**

##### *Основна література:*

1. Бутко М. Регіональна економіка в модернізаційному форматі. К: Центр навчальної літератури, 2022. 432с.

2. Михальчишин Н.Л. Теорія галузевих ринків. Навчальний посібник. Львів. Вид.-во «Компанія “Манускрип”», 2022. 232 с.

##### *Додаткова література:*

1. Гусєва О.Ю., Воскобоева О.В., Ромащенко О.С. Регіональна економіка: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2020. 121с

2. Сучасні форми конкурентної взаємодії суб'єктів господарювання: монографія / За заг. ред. Ж.В. Поплавської. Л. : ТОВ «Галицька видавнича спілка», 2019. 201с.

3. Куц Л.Л. Економіка галузевих ринків. Конспект лекцій. Тернопіль, ТНЕУ, 2020. 98 с.

4. Плисенко Г.П., Шостак І.В. Бенчмаркінг складових ESG: теоретико-методичний аспект. Актуальні проблеми економіки, № 4 (274), 2024. С. 125-130. DOI: 10.32752/1993-6788-2024-1-274-105-112

5. Плисенко Г. П., Шостак І.В. Інтегрована звітність в контексті принципів ESG. Журнал стратегічних економічних досліджень, № 2 (19), 2024. С. 146-152. DOI: 10.30857/2786-5398.2024.2.13

6. Плисенко Г.П. Етичний брендинг як стратегія сталого зростання на галузевих ринках. Економіка. Управління. Інновації. Випуск 1 (36), 2025. С. 199–211. URL : <http://eui.zu.edu.ua/article/view/333404> DOI: [https://doi.org/10.35433/ISSN2410-3748-2024-1\(36\)-14](https://doi.org/10.35433/ISSN2410-3748-2024-1(36)-14)

7. Плисенко Г.П. Вертикальна конкуренція на ринку меблів України. Том 9, № 3, 2025. DOI: <https://doi.org/10.51599/is.2025.09.02.08>

8. Arefiev S., Derhaliuk M., Plysenko H., Komandrovskaya V., Aksyonova O. Digital Business Ecosystem as a Factor of Ensuring Business Competitiveness. Pacific Business Review (International), Volume 18, Issue 1, July 2025. (WoS). <https://www.pbr.co.in/2025/July.aspx>

##### *Інформаційні ресурси*

1. Закон України «Про ціни і ціноутворення від 21.06.2012 № 5007-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text>

2. Закон України «Про захист прав споживачів». Редакція від 10.06.2017. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/main/1023-12>

3. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції». Редакція від 16.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text>

4. Український професійний портал з проблем маркетингу. URL: <http://www.marketing-ua.com>

5. MMR (Marketing Media Review). URL: <https://mmr.ua>

6. PRO Ідеї: професійна діджитал маркетинг платформа. URL: <https://www.proidei.com>

#### **Навчальний контент**

#### **5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)**

Для опанування дисципліни застосовуються такі методи навчання:

– методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності: лекції; практичні заняття; самостійна робота; консультації; робота з навчально-методичною літературою та інформаційними ресурсами, виконання розрахункової роботи;

- методи контролю ефективності навчально-пізнавальної діяльності: модульна контрольна робота; розрахункова робота, робота на практичних заняттях;
- загальні методи навчання: метод проблемного викладу, інформаційно-рецептивний метод викладу, особистісно орієнтовані (розвиваючі) технології, відтворювальний метод при виконанні модульної контрольної роботи, практико-орієнтоване навчання, інструктивно-практичний метод;
- спеціальні методи навчання: аналітико-прогностичні методи дослідження ринків; економіко-математичне та маркетингове моделювання; кейс-метод із використанням реальних ринкових даних; проблемно-орієнтоване навчання; аналіз і обговорення управлінських ситуацій; моделювання процесу прийняття маркетингових управлінських рішень; міждисциплінарний аналіз;
- елементи і прийоми: побудова прогнозних сценаріїв розвитку ринку; інтерпретація та аналітичне узагальнення ринкових даних; групова аналітична дискусія; представлення маркетингової інформації; пояснення; обговорення проблем і наслідків прийняття маркетингових управлінських рішень у межах ринкового суб'єкта; фасилітація групової та командної роботи; мозковий штурм; інтеграція знань з різних дисциплін під час аналізу ринкових ситуацій; аналіз; сценарне порівняння; оцінювання; обґрунтування вибору.

Форми та методи оцінювання: тестування, відповідей на практичних заняттях, опитування, виконання модульної контрольної роботи, виконання індивідуального завдання.

Семестровий контроль – залік.

Засвоєння освітньої компоненти передбачає відповідні методи навчання та оцінювання, які забезпечать досягнення програмних результатів навчання.

На кожному практичному занятті студент під керівництвом і при допомозі викладача виконує завдання по темі курсу, яка оголошена на попередньому лекційному занятті. Індивідуальні завдання на реферат видаються за місяць до завершення курсу.

Завдання виконуються студентом частково під час заняття, а частково - у час, передбачений для самостійної роботи. Виконане індивідуальне завдання подається до захисту перед викладачем за тиждень до заліку.

### Відповідність програмних результатів, методів навчання і форм оцінювання

Програмні результати навчання	Методи навчання	Форми та методи оцінювання
<p>ПРН 02. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності</p>	<p><b>Методи організації навчання:</b> лекції; практичні заняття; консультації; самостійна робота.</p> <p><b>Загальні методи навчання:</b> метод проблемного викладу, інформаційно-рецептивний метод викладу, особистісно орієнтовані (розвиваючі) технології, відтворювальний метод при виконанні модульної контрольної роботи, практико-орієнтоване навчання, інструктивно-практичний метод.</p> <p><b>Спеціальні методи навчання:</b> аналітико-прогностичні методи дослідження ринків; економіко-математичне та маркетингове моделювання; кейс-метод із використанням реальних ринкових даних.</p> <p><b>Елементи і прийоми:</b> побудова прогнозних сценаріїв, інтерпретація ринкових даних, групова аналітична дискусія.</p> <p><b>Метод дистанційного навчання:</b> для інтерактивної взаємодії здобувачів та викладачів в синхронному (Zoom) та асинхронному (платформа «Сікорський») режимі.</p>	<p>Рейтингова система оцінювання, яка передбачає накопичення балів за: тестування, дискусійне обговорення, виконання аналітичних завдань, відповіді на практичних заняттях (опитування), виконання кейсів, презентацій, виконання розрахункової роботи, виконання модульної контрольної роботи. Календарний контроль – перша та друга атестація Підсумковий контроль – залік</p>
<p>ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти</p>	<p><b>Методи організації навчання:</b> лекції; практичні заняття; консультації; самостійна робота.</p>	<p>Рейтингова система оцінювання, яка передбачає накопичення балів за: тестування, дискусійне обговорення,</p>

<p>прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта</p>	<p><b>Загальні методи навчання:</b> метод проблемного викладу, інформаційно-рецептивний метод викладу, особистісно орієнтовані (розвиваючі) технології, відтворювальний метод при виконанні модульної контрольної роботи, практико-орієнтоване навчання, інструктивно-практичний метод.</p> <p><b>Спеціальні методи навчання:</b> проблемно-орієнтоване навчання; аналіз і обговорення управлінських ситуацій; моделювання процесу прийняття маркетингових управлінських рішень.</p> <p><b>Елементи і прийоми:</b> структуроване представлення маркетингової інформації для різних цільових аудиторій; пояснення альтернативних управлінських рішень із використанням економічних і маркетингових аргументів; обговорення проблем і наслідків прийняття маркетингових рішень у межах ринкового суб'єкта.</p> <p><b>Метод дистанційного навчання:</b> для інтерактивної взаємодії здобувачів та викладачів в синхронному (Zoom) та асинхронному (платформа «Сікорський») режимі.</p>	<p>виконання аналітичних завдань, відповіді на практичних заняттях (опитування), виконання кейсів, презентацій, виконання розрахункової роботи, виконання модульної контрольної роботи. Календарний контроль – перша та друга атестація Підсумковий контроль – залік</p>
<p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта</p>	<p><b>Методи організації навчання:</b> лекції; практичні заняття; консультації; самостійна робота.</p> <p><b>Загальні методи навчання:</b> метод проблемного викладу, інформаційно-рецептивний метод викладу, особистісно орієнтовані (розвиваючі) технології, відтворювальний метод при виконанні модульної контрольної роботи, практико-орієнтоване навчання, інструктивно-практичний метод.</p> <p><b>Спеціальні методи навчання:</b> міждисциплінарний аналіз; практико-орієнтоване навчання на основі комплексних кейсів; аналітичне моделювання.</p> <p><b>Елементи і прийоми:</b> фасилітація групової роботи, мозковий штурм, інтеграція знань з різних дисциплін, командні презентації.</p> <p><b>Метод дистанційного навчання:</b> для інтерактивної взаємодії здобувачів та викладачів в синхронному (Zoom) та асинхронному (платформа «Сікорський») режимі.</p>	<p>Рейтингова система оцінювання, яка передбачає накопичення балів за: тестування, дискусійне обговорення, виконання аналітичних завдань, відповіді на практичних заняттях (опитування), виконання кейсів, презентацій, виконання розрахункової роботи, виконання модульної контрольної роботи. Календарний контроль – перша та друга атестація Підсумковий контроль – залік</p>
<p>ПРН 21. Демонструвати вміння оцінювати макро- та мікроекономічні фактори впливу на ринкову кон'юнктуру, формувати моделі позиціонування компанії на різних галузевих ринках, приймати та реалізовувати ефективні маркетингові управлінські рішення</p>	<p><b>Методи організації навчання:</b> лекції; практичні заняття; консультації; самостійна робота.</p> <p><b>Загальні методи навчання:</b> метод проблемного викладу, інформаційно-рецептивний метод викладу, особистісно орієнтовані (розвиваючі) технології, відтворювальний метод при виконанні модульної контрольної роботи, практико-орієнтоване навчання, інструктивно-практичний метод.</p> <p><b>Спеціальні методи навчання:</b> економіко-маркетинговий аналіз ринкової кон'юнктури; аналітичне моделювання маркетингових управлінських рішень;</p>	<p>Рейтингова система оцінювання, яка передбачає накопичення балів за: тестування, дискусійне обговорення, виконання аналітичних завдань, відповіді на практичних заняттях (опитування), виконання кейсів, презентацій, виконання розрахункової роботи, виконання модульної контрольної роботи. Календарний контроль – перша та друга атестація Підсумковий контроль – залік</p>

	<p>проблемно-орієнтоване навчання.  <b>Елементи і прийоми:</b> аналіз макро- та мікроекономічних факторів (PEST-, галузевий та конкурентний аналіз, метод бенчмаркінгу); моделювання альтернативних варіантів позиціонування компанії на галузевих ринках; сценарне порівняння маркетингових стратегій; оцінювання та обґрунтування вибору оптимальної маркетингової стратегії.  <b>Метод дистанційного навчання:</b> для інтерактивної взаємодії здобувачів та викладачів в синхронному (Zoom) та асинхронному (платформа «Сікорський») режимі.</p>	
<p>ПРН22. Використовувати поведінкові моделі покупців і бізнес-клієнтів для формування довгострокових відносин на B2B-ринках, створювати та розвивати бренд промислових компаній, розуміти особливості логістичних процесів і принципів управління ланцюгами постачання, адаптувати інноваційно-технологічні товари до потреб споживачів на цільових ринках.</p>	<p><b>Методи організації навчання:</b> лекції; практичні заняття; консультації; самостійна робота.  <b>Загальні методи навчання:</b> метод проблемного викладу, інформаційно-рецептивний метод викладу, особистісно орієнтовані (розвиваючі) технології, відтворювальний метод при виконанні модульної контрольної роботи, практико-орієнтоване навчання, інструктивно-практичний метод.  <b>Спеціальні методи навчання:</b> аналітичне моделювання управлінських рішень; дослідницькі кейси.  <b>Елементи і прийоми:</b> оцінювання альтернатив, експертне обговорення, сценарне порівняння, обґрунтування вибору рішення.  <b>Метод дистанційного навчання:</b> для інтерактивної взаємодії здобувачів та викладачів в синхронному (Zoom) та асинхронному (платформа «Сікорський») режимі.</p>	<p>Рейтингова система оцінювання, яка передбачає накопичення балів за: тестування, дискусійне обговорення, виконання аналітичних завдань, відповіді на практичних заняттях (опитування), виконання кейсів, презентацій, виконання розрахункової роботи, виконання модульної контрольної роботи. Календарний контроль – перша та друга атестація  Підсумковий контроль – залік</p>

### Тематика та структурно-логічна побудова курсу

Навчальним планом передбачено проведення 30 годин лекцій та 30 годин практичних занять, модульна контрольна робота, індивідуальне завдання у вигляді розрахункової роботи.

Тиждень навчання	Розподіл годин			Назва розділів, тем	Зміст занять та самостійної роботи здобувачів	Контрольні заходи
	Л	П З	СР			
1-2	4	4	5	<p><b>Тема 1.</b>  Вступ до дисципліни.  Методологія аналізу та оцінювання меж релевантного ринку в системі маркетингових рішень.</p>	<p><b>Л1.</b> Теорія галузевих ринків. Економіка галузевих ринків як наука і як навчальна дисципліна. Методологія економіки галузевих ринків. Історія розвитку економіки галузевих ринків.  <b>Л2.</b> Ідентифікація галузевих ринків та їх класифікація. Ідентифікація галузевого ринку. Визначення меж галузевого ринку. Класифікація галузевих ринків. Види галузевих ринків за типом ринкової структури. Різні комбінації класифікаційних ознак та відповідні види ринків.  <b>П1.</b> Вступ. Основні вимоги в ході вивчення дисципліни, система оцінки успішності студентів, проведення календарного та семестрового контролю. Виконання практичного завдання.  <b>П2:</b> Опитування, написання доповіді.</p>	<p>Опитування, дискусії, виконання практичних завдань</p>

					Презентації доповідей відповідно до виконаного завдання. <b>СР:</b> підготовка до опитування, виконання домашнього завдання, опрацювання лекційного матеріалу	
3-4	4	4	5	<b>Тема 2.</b> Ринкова концентрація та оцінювання впливу ринкової влади на конкуренцію і маркетингову поведінку суб'єктів ринку.	<b>Л3:</b> Галузева конкуренція і конкурентоспроможність. Галузева конкуренція: види, форми, методи реалізації. Чинники інтенсивності конкуренції на галузевих ринках. Визначення рівня конкуренції на галузевих ринках. Конкурентоспроможність галузі. <b>Л4.</b> Чинники структури галузевого ринку. Чинники технологічного характеру. Поведінкові чинники. Стохастичні чинники. Політика держави. <b>П3:</b> Опитування, написання доповіді. Презентації доповідей відповідно до виконаного завдання, виконання ситуаційних завдань. <b>П4:</b> Обговорення, опитування, виконання ситуаційних завдань <b>СР:</b> підготовка до опитування, виконання домашнього завдання, опрацювання лекційного матеріалу	Опитування, дискусії, виконання практичних завдань
5-6	4	2	4	<b>Тема 3.</b> Функціонування та державне регулювання монопольних структур у контексті прийняття маркетингових управлінських рішень.	<b>Л5:</b> Ринкова влада фірм на галузевих ринках. Поняття ринкової влади та основні показники її вимірювання. Коефіцієнт Бейна. Коефіцієнт Лернера. Індекс Ротшильда. Коефіцієнт Тобіна. Коефіцієнт Папандреу. <b>Л6:</b> Бар'єри входу-виходу і динаміка галузевого ринку. Визначення ринкових бар'єрів. Класифікація галузевих ринків залежно від входу. Типи бар'єрів входу-виходу. нестратегічні бар'єри. Стратегічні бар'єри входу-виходу. Відсутність бар'єрів входу і теорія квазіконкурентних ринків. Емпіричні дослідження бар'єрів входу-виходу. Висота бар'єрів, статистика входу-виходу та динаміка ринку. <b>П5:</b> Опитування, написання доповіді. Презентації доповідей відповідно до виконаного завдання, обговорення, виконання аналітичних, ситуаційних та творчих завдань, тестування <b>П6:</b> Виконання кейсового завдання, тестування <b>СР:</b> підготовка до опитування, виконання домашнього завдання, опрацювання лекційного матеріалу, підготовка до тестових завдань	Опитування, дискусії, виконання практичних завдань, тестові завдання
7		1	1		<b>П7:</b> Модульна контрольна робота, частина 1 (МКР)	Оцінювання ПРН за темами 1-3
7-8	2	3	4	<b>Тема 4.</b> Вертикальні взаємовідносини та конкуренція в ланцюгах створення вартості: міждисциплінарний маркетинговий підхід.	<b>Л7:</b> Вертикально інтегровані структури на галузевих ринках. Вертикальна інтеграція як економічне явище. її види. Форми і ступені вертикальної інтеграції фірм. Стимули до вертикальної інтеграції. Витрати вертикальної інтеграції. Наслідки вертикальної інтеграції. Мотиви та інструменти вертикальних контактів. Наслідки вертикальних контрактів для суспільного добробуту. Антимонопольний контроль вертикальних взаємодій фірм.	Опитування, дискусії, виконання практичних завдань

					<p><b>П7:</b> Обговорення, опитування, виконання ситуаційних завдань.</p> <p><b>СР:</b> підготовка до опитування, виконання домашнього завдання, опрацювання лекційного матеріалу</p>	
9	2	2	4	<p><b>Тема 5.</b> Диференціація продукту як інструмент формування структури ринку, позиціонування та конкурентних маркетингових стратегій.</p>	<p><b>Л8:</b> Диференціація продукту, структура ринку і конкуренція. Сутність та наслідки продуктової диференціації. Види продуктової диференціації та їх вплив на ринок. Вимірювання продуктової диференціації. Моделі горизонтальної та вертикальної диференціації продукту. Диверсифікація фірми. Сутність та наслідки продуктової диференціації.</p> <p><b>П8:</b> Опитування, написання доповіді. Презентації доповідей відповідно до виконаного завдання. Обговорення, виконання ситуаційних та творчих завдань.</p> <p><b>СР:</b> підготовка до опитування, виконання домашнього завдання, опрацювання лекційного матеріалу</p>	Опитування, дискусії, виконання практичних завдань
10	2	2	4	<p><b>Тема 6.</b> Ринкова влада в умовах олігополії: аналіз стратегій, індексів концентрації та бар'єрів конкуренції в маркетинговій діяльності.</p>	<p><b>Л9.</b> Ринкова влада в умовах олігополії: стратегії, індекси та бар'єри конкуренції. Загальні ознаки олігополії. Теорії ігор та ринки олігополії.</p> <p><b>П9:</b> Опитування, написання доповіді. Презентації доповідей відповідно до виконаного завдання, виконання ситуаційних завдань. Обговорення, опитування, виконання ситуаційних завдань.</p> <p><b>СР:</b> підготовка до опитування, виконання домашнього завдання, опрацювання лекційного матеріалу</p>	Опитування, дискусії, виконання практичних завдань
11	2	2	4	<p><b>Тема 7.</b> Моделі поведінки фірми в умовах олігополії та альтернативні варіанти прийняття маркетингових управлінських рішень.</p>	<p><b>Л10.</b> Змови на олігопольному ринку. Індекс Лінда. Коефіцієнт структурного лідерства.</p> <p><b>П10:</b> Опитування, написання доповіді. Презентації доповідей відповідно до виконаного завдання, виконання ситуаційних завдань. Обговорення, опитування, виконання ситуаційних завдань.</p> <p><b>СР:</b> підготовка до опитування, виконання домашнього завдання, опрацювання лекційного матеріалу</p>	Опитування, дискусії, виконання практичних завдань
12	2	2	4	<p><b>Тема 8.</b> Механізми координації фірм і формування колективної ринкової влади: оцінювання впливу на конкурентну кон'юнктуру ринку.</p>	<p><b>Л11:</b> Механізми координації фірм і формування колективної ринкової влади. Сутність та способи колективного домінування. Картель. Змова. Джерела координаційної здатності олігопольного ринку. Критерії оцінки координаційної здатності. Методика оцінки координаційної здатності ринку.</p> <p><b>П11:</b> Опитування, написання доповіді. Презентації доповідей відповідно до виконаного завдання, виконання ситуаційних завдань. Обговорення, опитування, виконання ситуаційних завдань.</p> <p><b>СР:</b> підготовка до опитування, виконання домашнього завдання,</p>	Опитування, дискусії, виконання практичних завдань

					опрацювання лекційного матеріалу	
12	4	2	4	<b>Тема 9.</b> Інформаційні бар'єри, поведінка споживачів і роль реклами у конкуренції: пояснення та комунікація маркетингових рішень.	<b>Л12:</b> Інформація, інформаційна асиметрія та стратегічна поведінка суб'єктів ринку. Економічна інформація та її властивості. Види інформації. властивості інформації як ресурсу. Асиметрія в розподілі інформації між конкурентами. <b>Л13.</b> Нецінові фактори конкуренції: реклама і споживчі бар'єри. Сутність та види реклами. Дія реклами в горизонтальній та вертикальній площині галузевого ринку. <b>П12:</b> Обговорення, виконання ситуаційних завдань. <b>П13:</b> Опитування, написання доповіді. Презентації доповідей відповідно до виконаного завдання <b>СР:</b> підготовка до опитування, виконання домашнього завдання, опрацювання лекційного матеріалу, підготовка до тестових завдань	Опитування, дискусії, виконання практичних завдань
13-14	4	3	4	<b>Тема 10.</b> Україна в системі міжнародних економічних відносин і глобальної конкуренції: оцінювання макроекономічних факторів.	<b>Л14:</b> Поняття та структура міжнародних економічних зв'язків (МЕЗ). Місце України у світовій економічній системі. Вплив глобалізації на економічну динаміку України. Міжнародна торгівля товарами і послугами. Рух капіталу: прямі та портфельні інвестиції .Міграція робочої сили та інтелектуальний капітал. Науково-технологічне співробітництво, трансфер інновацій. <b>Л15.</b> Етапи формування зовнішньоекономічної політики з 1991 року. Основні торговельні партнери та географічна структура експорту й імпорту. Галузева структура зовнішньої торгівлі. Проблеми торговельного балансу та валютного регулювання <b>П14:</b> Опитування, виконання ситуаційних та творчих завдань <b>СР:</b> підготовка до опитування, виконання домашнього завдання, опрацювання лекційного матеріалу, підготовка до тестових завдань	Опитування, дискусії, виконання практичних завдань
14		1	1	Модульна контрольна робота	<b>П14:</b> Модульна контрольна робота, частина 2 (МКР)	Оцінювання ПРН за темами 4-10
15		2	10	Індивідуальне завдання/Реферат	<b>П15:</b> доповідь за результатами написання реферату <b>СР:</b> підготовка за темою виконання реферату	Презентація реферату
16			6	Залік	СР: підготовка до складання письмового заліку	Виконання залікової контрольної роботи або отримання заліку згідно поточного рейтингу
<b>Разом</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>60</b>			

## 6. Самостійна робота здобувача

Самостійна робота здобувача вищої освіти передбачена у вигляді більш глибокого опрацювання теоретичних матеріалів лекцій, виконання практичних завдань, підготовки до модульної контрольної роботи. Обсяги часу на виконання самостійної роботи становить 60 год.

№ з/п	Самостійна робота здобувачів	Кількість годин СРЗ
1	Підготовка до аудиторних занять: пошук та аналіз матеріалів для практичних	42

	завдань, зокрема, до дискусій за темами, виконання певного етапу власного ринкового дослідження, відповідно до тижнів навчання	
2	Підготовка реферату	10
3	Підготовка до написання модульної контрольної роботи	2
4	Підготовка до заліку	6
Усього		60

## Політика та контроль

### 7. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

**Правила відвідування занять.** Здобувачі вищої освіти зобов'язані відвідувати навчальні заняття передбачені графіком освітнього процесу (Правила внутрішнього розпорядку Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського" (п. 9.4. <https://kpi.ua/admin-rule>). Присутність або відсутність здобувача на навчальному занятті шляхом нарахування або зниження балів не оцінюється.

**Дистанційний режим навчання.** У разі запровадження обмежень на відвідування університету, пов'язаних з введенням карантину або режиму воєнного стану в державі, освітній процес здійснюється у дистанційному режимі відповідно до Положення про дистанційне навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/188>), Регламенту організації освітнього процесу в дистанційному режимі (<https://profkom.kpi.ua/reglament-organizatsiyi-osvitnogo-protsesu-v-distantsynomu-rezhimi>) та Регламенту проведення семестрового контролю в дистанційному режимі (<https://osvita.kpi.ua/node/148>). У режимі дистанційного навчання заняття відбуваються у вигляді онлайн-конференції на платформі Zoom або Meet. Результати оцінювання висвітлюють у АС «Електронний кампус» на особистій сторінці здобувача (<https://ecampus.kpi.ua>).

**Правила поведінки на заняттях.** На заняттях слід дотримуватись норм етичної поведінки визначених у Кодексі честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (<https://kpi.ua/code>). На території університету здобувачі мають поводити себе відповідно до Правил внутрішнього розпорядку (<https://kpi.ua/admin-rule>). В аудиторіях на лекційних та практичних заняттях, а також під час проведення занять у формі відеоконференції, користуватись мобільним телефоном потрібно у беззвучному режимі і тільки для пошуку необхідної для виконання завдань інформації, у т.ч. в інтернеті. Під час дистанційного режиму навчання слід використовувати інформацію розміщену на Платформі дистанційного навчання «Сікорський» / Електронний кампус. Активність, опрацювання та підготовка аналітичних матеріалів за результатами опрацювання лекційного матеріалу, аналітичних доповідей та навчально-дослідних завдань є запорукою успішного освоєння матеріалу та формування відповідних програмних результатів.

**Позааудиторні заняття та залучення професіоналів-практиків.** Під час вивчення дисципліни можливі позааудиторні заняття, що включають відвідування науково-практичних заходів, лекторів, тренінгів в межах тематики дисципліни. Для опанування і поглиблення практичних навичок для спільного проведення занять можуть бути запрошені професіонали-практики (стейкхолдери).

**Визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті.** Порядок визнання таких результатів регламентується Положенням про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/179>). Можуть бути зараховані окремі змістовні модулі або теми дисципліни. В такому разі здобувач звільняється від виконання відповідних завдань, отримуючи за них максимальний бал відповідно до рейтингової системи оцінювання.

**Правила захисту індивідуальних завдань.** Індивідуальним завданням з курсу є реферат.

В ньому має бути обґрунтовано і аргументовано викладено опрацювання прикладної інформації за запропонованою тематикою. Після виконання індивідуального завдання здобувач має підготувати презентацію для представлення отриманих результатів. Представлення результатів відбувається на передостанньому практичному занятті семестру. Під час обговорення і презентування результатів надаються відповіді на уточнюючі запитання. Максимальні бали отримуються у разі наявності творчого підходу до глибокого розкриття теми, використання для

виконання вітчизняних та закордонних наукових праць, монографічного методу дослідження, наявності узагальнень, аналітичних обґрунтувань, відображення власної позиції автора реферату. Реферат може бути відхилений викладачем, у разі надання на перевірку з порушенням термінів виконання, наявні суттєві зауваження щодо змісту, оформлення, містить значний рівень запозичень.

**Правила призначення заохочувальних та штрафних балів.** Заохочувальні бали, які не входять до загальної шкали оцінювання можуть бути отримані за участь у олімпіадах, конференціях, конкурсах наукових робіт, підготовка оглядів наукових праць чи наукових публікацій. Сума заохочувальних балів складає 10 балів, при цьому загальний рейтинговий бал здобувача не може перевищувати 100 балів.

**Політика оцінювання контрольних заходів.** Оцінювання контрольних заходів здійснюється згідно з Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/37>), Положення про поточний, календарний та семестровий контролі результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/32>). Нижня межа позитивного оцінювання результату кожного контрольного заходу має бути не менше 60% від максимальної кількості рейтингових балів, визначених для цього виду заходу, а негативний результат оцінюється у 0 балів.

РСО доводиться до відома здобувачів на першому навчальному занятті з навчальної дисципліни та не змінюється впродовж її вивчення, крім випадків перегляду рейтингової системи оцінювання впродовж семестру згідно Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (п.7) (<https://osvita.kpi.ua/node/37>)

Поточний контроль проводиться як оцінювання результатів навчання здобувачів на основі поопераційного контролю та накопичення рейтингових балів за виконання завдань у процесі навчання відповідно до РСО.

Непроходження заходу поточного контролю в синхронному режимі без поважних причин оцінюється у 0 балів.

Заходи поточного контролю можуть відбуватися: у синхронному режимі (МКР, робота на практичних заняттях, тестування; в асинхронному режимі (виконання індивідуального семестрового завдання – реферат).

Календарний контроль проводиться двічі на семестр за встановленими в РСО критеріями оцінювання та результатами заходів поточного контролю. Умовою отримання позитивної оцінки з календарного контролю з навчальної дисципліни є значення поточного рейтингу здобувача не менше, ніж 50 % від максимально можливого на час проведення такого контролю.

Семестровий контроль проводиться у формі заліку за РСО-1 - “жорстка”. Результати навчальної діяльності, передбачені заходами поточного контролю, оцінюються впродовж семестру. Здобувачі, які виконали всі умови допуску до заліку та набрали 60 і більше балів, отримують відповідну рейтингову оцінку без потреби проходження заходу семестрового контролю, які набрали менше 60 балів, а також ті, хто бажають підвищити свою рейтингову оцінку - проходять захід семестрового контролю. У цьому разі підсумкова оцінка отримується за суму балів, які студент отримав за залікову контрольну роботу.

До відомості семестрового контролю викладач вносить підсумкову рейтингову оцінку і, у разі потреби, - відмітку «не допущено» (невиконання умов допуску до семестрового контролю), «усунено» (порушення принципів академічної доброчесності або морально-етичних норм поведінки), «не з'явився» (здобувач, був допущений, але не з'явився на залік).

Результати оцінювання висвітлюються у АС «Електронний кампус» на особистій сторінці здобувача (<https://ecampus.kpi.ua>).

**Політика дедлайнів та перескладань.** Модульну контрольну роботу складають лише у призначений день, визначений структурно-логічною побудовою курсу. Якщо контрольні заходи, або виконання завдань пропущені з поважних причин (хвороба або вагомі життєві обставини), надається можливість додатково скласти завдання протягом найближчого тижня. Невиконання завдань, а також порушення термінів їх виконання з неповажних причин є причиною відсутності балів за ці контрольні заходи. Порядок ліквідації академічної заборгованості та перескладання семестрового контролю регулюється Положенням про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/32>). Здобувач/здобувачка, у якого/якої за результатами семестрового контролю виникла академічна

заборгованість, має право її ліквідувати відповідно до Положення про надання додаткових освітніх послуг здобувачам вищої освіти в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/177>).

**Процедура оскарження результатів контрольних заходів.** У випадку незгоди здобувача з оцінкою за результатами контрольного заходу, він має право подати апеляцію у день оголошення результатів на ім'я декана факультету за процедурою визначеною Положенням про апеляції (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/182>).

**Політика щодо академічної доброчесності.** Обов'язковою умовою виконання завдань з освітньої компоненти є дотримання політики та принципів академічної доброчесності (<https://kpi.ua/academic-integrity>), які, у тому числі, викладено у Кодексі честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (<https://kpi.ua/code>), Положенні про систему запобігання академічному плагіату в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/47>). У разі виявлення дублювання робіт, плагіату роботи здобувачі отримують нульовий рейтинг. У разі виявлення неналежних посилань за результатами перевірки на наявність запозичень, індивідуальні завдання не оцінюються і повертаються здобувачу/здобувачці на доопрацювання.

**Політика використання штучного інтелекту.** Використання штучного інтелекту (далі, ШІ) регламентується «Політикою використання штучного інтелекту для академічної діяльності в КПІ ім. Ігоря Сікорського» (<https://osvita.kpi.ua/node/1225>). Усі навчальні завдання з дисципліни мають бути результатом власної оригінальної роботи здобувача. Використання ШІ для автоматичної генерації відповідей без подальшого їх аналізу та доопрацювання заборонено. Здобувачам не рекомендується покладатися на ШІ як на єдине джерело інформації. Важливо перевіряти та аналізувати отримані дані з інших авторитетних джерел. Усі випадки використання ШІ для виконання завдань мають бути чітко вказані та задокументовані. Це стосується як використання текстових генераторів, так й інших інструментів ШІ. Використання ШІ має відповідати принципам академічної доброчесності. Недотримання цього положення розглядатиметься як порушення академічної етики.

## **8. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (PCO)**

Оцінювання передбачає застосування рейтингової системи (PCO-1 – “жостка”) згідно Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/37>). Максимальний сумарний рейтинг за курс – 100 балів. Нижня межа позитивного оцінювання кожного контрольного заходу складає 60% від його рейтингового балу.

### **8.1. Поточний контроль**

#### **8.1.1. Робота на практичних заняттях (max 70 балів)**

На практичних заняттях здобувачі обговорюють з викладачем та виконують практичні завдання (відповіді на запитання з теми лекції, участь в дискусіях, у тому числі за результатами опрацювання кейсів, обговорення, вирішення ситуаційних завдань, робота у малих групах з презентацією результатів, тестування).

##### **1. Відповіді на практичних заняттях з кейсів (max 10 балів).**

Розрахунок за виконання одного кейсу:

2 бали – Активна робота, відповіді обґрунтовані

0 балів – Пасивність

##### **2. Опитування на практичних заняттях шляхом обговорення тем лекції, дискусійне обговорення (max 10 балів).**

Розрахунок за одну відповідь:

2 бали – активна робота, повні відповіді під час опитування;

0 балів – пасивність.

##### **3. Виконання презентацій (max 4 бали).**

Розрахунок за одну презентацію:

2 бали – активна робота, повні відповіді під час опитування;

0 балів – пасивність

##### **4. Тестування (4 тести - max 30 балів).**

Розрахунок за одне тестове завдання:

0,2 бали – Відповідь на тестове завдання правильна

0 балів – Відповідь на тестове завдання неправильна

5. Виконання вправ (творчі завдання, ситуаційні завдання, індивідуальна/командна роботи - **мак 16 балів**).

Розрахунок за одне завдання:

2 бали – Якісно виконане завдання, результати обґрунтовані і доведені

1 бал – Завдання виконано з певними неточностями або не містить обґрунтувань

0 балів – Завдання не виконане

### **8.1.2. Модульна контрольна робота (мак 10 балів).**

МКР (2 частини, кожна – мак 5 балів) включає: 1) тестові завдання (15 тестів, 0,2 бал кожний та тестове ситуаційне завдання – 2 бали).

Розрахунок балів за одну контрольна роботу:

5 балів – виконано тестові завдання та тестово-ситуаційне завдання правильно;

4 бали – тестові завдання виконано з 1 помилкою та ситуаційне завдання правильно;

3 бали – виконано не всі тестові завдання правильно та ситуаційне завдання правильно;

2 бали – при виконанні тестових завдань допущено помилки та відповідь на ситуаційне завдання є не правильною;

0 балів – завдання контрольної роботи не виконані, або виконані неправильно

### **8.1.3. Індивідуальне завдання / реферат (мак 20 балів).**

19-20 балів присутній творчий підхід до розкриття теми, розкриття теми глибоке, відображена власна позиція, узагальнення і обґрунтування;

17-18 балів глибоке розкриття теми, однак власна думка відображена не досить обґрунтовано;

15-16 балів розкриття теми обґрунтовано з певними недоліками, опрацьований матеріал та літературні джерела є недостатніми для глибоко розкриття теми;

12-14 балів завдання виконане, однак тему розкрито не достатньо глибоко, власна наукова позиція не відображена, відсутні власні висновки та обґрунтування;

0 балів реферат не зараховано, наявний плагіат, тему не розкрито або реферат не виконано

## **8.2. Календарний контроль.**

Календарний контроль проводиться двічі на семестр.

1 календарний контроль – умова отримання атестації: поточний рейтинг здобувача не менше, ніж 50 % від максимально можливого на час проведення контролю. Складено модульну контрольну роботу – частину 1, отримано завдання реферату

2 календарний контроль - умова отримання атестації: поточний рейтинг здобувача не менше, ніж 50 % від максимально можливого на час проведення контролю. Складено модульну контрольну роботу – частину 2.

## **8.3. Семестровий контроль (залік)**

Складається з поточного рейтингу за виконання всіх видів робіт.

Здобувачі, які виконали всі умови допуску до заліку та набрали 60 і більше балів, отримують відповідну рейтингову оцінку без потреби проходження заходу семестрового контролю, що переводиться до підсумкової оцінки згідно з таблицею.

Здобувачі, які виконали умови допуску до заліку, але набрали менше 60 балів проходять захід семестрового контролю. У цьому разі підсумкова оцінка отримується за суму балів, які студент отримав за залікову контрольну роботу, що переводиться до підсумкової оцінки згідно з таблицею.

Якщо здобувач виконав умови допуску до заліку і отримав більше 60 балів, але бажає підвищити свій результат, він може взяти участь у заліковій контрольній роботі. У цьому разі підсумкова оцінка отримується за суму балів, які студент отримав за залікову контрольну роботу, що переводиться до підсумкової оцінки згідно з таблицею. Якщо за результатами заліку здобувач отримав меншу кількість балів за кількість балів, отриманих за результатами заходів поточного

контролю, то за “жорсткого” підходу здобувач отримує рейтингову оцінку за результатами заліку, що переводиться до підсумкової оцінки згідно з таблицею.

Умовами допуску здобувача до семестрового контролю є: відсутність заборгованості з індивідуального семестрового завдання - реферату.

Розрахунок балів за виконання завдань залікової контрольної роботи:

- теоретичні питання (3 питання) мають на меті виявити рівень знання матеріалу в цілому, за кожне питання:

- 10 балів відповідь на питання викладено правильно, всебічно, безпомилково і логічно;
- 9 балів відповідь на питання викладено не достатньо повно, проте основні аспекти розкрито;
- 7-8 балів відповідь не розкриває ключових елементів у викладі, здебільшого ґрунтується на власних припущеннях або розмірковуваннях, а не знанні матеріалу;
- 6 балів відповідь частково розкриває питання, здебільшого ґрунтується на власних припущеннях або розмірковуваннях, а не знанні матеріалу;
- 0 балів не має відповіді.

- тестові завдання (20 завдань) демонструють глибину знань про теоретичні засади дисципліни, належать до тестів закритої форми, мають декілька запропонованих відповідей, з яких обирається одна правильна, за кожне тестове завдання:

- 2 бал відповідь вірна;
- 0 балів відповідь не вірна

- ситуаційне завдання. Передбачає виконання двох завдань, за кожне завдання:

- 15 балів продемонстровано знання матеріалу і вдало його застосовано для аналізу та доведення ситуаційного завдання, наведено висновки з застосуванням набутих знань та вмінь
- 13-14 балів ситуаційне завдання пояснене вірно, логічно, однак не наведено висновків за результатами або допущено помилки у твердженнях, поясненнях або доведенні
- 11-12 балів ситуаційне завдання виконане, але визначене рішення не містить чітких обґрунтувань відповідних набутих навичкам пройденому курсу
- 9-10 балів завдання виконане на основі припущень
- 0 балів завдання не виконано

Відповідність рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

Рейтингова оцінка здобувача (бали)	Університетська шкала оцінок рівня здобутих компетентностей (результатів навчання)
95...100	Відмінно
85...94	Дуже добре
75...84	Добре
65...74	Задовільно
60...64	Достатньо
Менше 60	Незадовільно

Відмітки у відомості семестрового контролю, у разі не виконання визначених умов складання семестрового контролю:

Відмітка	Пояснення
Не допущено	Невиконання умов допуску до семестрового контролю
Усунено	Порушення принципів академічної доброчесності або морально-етичних норм поведінки
Не з'явився	Здобувач, був допущений, але не з'явився на екзамен

## **9. Додаткова інформація з кредитного модуля**

Перелік питань, які виносяться на семестровий контроль (додаток А до силабусу);

У рейтинг здобувача можуть бути зараховані сертифікати проходження очних або дистанційних курсів за тематикою курсу на платформах Prometheus, Coursera або Genesis.

### **Робочу програму кредитного модуля (силабус):**

**Складено:** доцентом кафедри промислового маркетингу, к.е.н. Плисенко Галиною Павлівною.

**Ухвалено** кафедрою промислового маркетингу (протокол № 20 від 27.06.2025р.)

**Погоджено** Методичною комісією факультету менеджменту та маркетингу (протокол №11 від 30.06.2025р.)

*Оновлено згідно нової редакції «Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського» (Наказ № НОД/761/25 від 19.09.2025 р.)*

**Переухвалено** кафедрою промислового маркетингу (протокол № 9 від 26.09.2025 р.)

**Погоджено** Методичною комісією факультету менеджменту та маркетингу (протокол № 3 від 30.09.2025 р.)

## Додаток А

1. Економіка галузевих ринків як наука і як навчальна дисципліна.
2. Методологія економіки галузевих ринків.
3. Історія розвитку економіки галузевих ринків.
4. Ідентифікація галузевих ринків та їх класифікація.
5. Ідентифікація галузевого ринку. Визначення меж галузевого ринку.
6. Класифікація галузевих ринків.
7. Види галузевих ринків за типом ринкової структури.
8. Різні комбінації класифікаційних ознак та відповідні види ринків
9. Галузева конкуренція: види, форми, методи реалізації.
10. Чинники інтенсивності конкуренції на галузевих ринках.
11. Визначення рівня конкуренції на галузевих ринках. Конкурентоспроможність галузі.
12. Чинники технологічного характеру.
13. Поведінкові чинники. Стохастичні чинники. Політика держави.
14. Поняття ринкової влади та основні показники її вимірювання.
15. Коефіцієнт Бейна. Коефіцієнт Лернера.
16. Індекс Ротшильда. Коефіцієнт Тобіна. Коефіцієнт Папандреу.
17. Визначення ринкових бар'єрів.
18. Класифікація галузевих ринків залежно від входу.
19. Типи бар'єрів входу-виходу. нестратегічні бар'єри.
20. Стратегічні бар'єри входу-виходу.
21. Відсутність бар'єрів входу і теорія квазіконкурентних ринків.
22. Емпіричні дослідження бар'єрів входу-виходу.
23. Висота бар'єрів, статистика входу-виходу та динаміка ринку.
24. Вертикальна інтеграція як економічне явище. її види.
25. Форми і ступені вертикальної інтеграції фірм.
26. Стимули до вертикальної інтеграції.
27. Витрати вертикальної інтеграції.
28. Наслідки вертикальної інтеграції. Мотиви та інструменти вертикальних контактів.
29. Сутність та наслідки продуктової диференціації.
30. Види продуктової диференціації та їх вплив на ринок. Вимірювання продуктової диференціації.
31. Моделі горизонтальної та вертикальної диференціації продукту.
32. Диверсифікація фірми.
33. Ринкова влада в умовах олігополії: стратегії, індекси та бар'єри конкуренції.
34. Загальні ознаки олігополії.
35. Теорії ігор та ринки олігополії.
36. Поняття та структура міжнародних економічних зв'язків (МЕЗ).
37. Місце України у світовій економічній системі.
38. Вплив глобалізації на економічну динаміку України.
39. Міжнародна торгівля товарами і послугами.
40. Рух капіталу: прямі та портфельні інвестиції.
41. Міграція робочої сили та інтелектуальний капітал.
42. Науково-технологічне співробітництво, трансфер інновацій.