

SYLLABUS / РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Course of study (code) / Назва дисципліни (шифр)	Економіка галузевих ринків 051 4BEGR, 051 2BEGR	
Academic year / Навчальний рік - Семестр	2022/2023– 8 семестр	
Course of study / Назва спеціальності	051 Економіка	
Educational program / Освітня програма Education - ECTS / Рівень – Кредити Status / Статус Learning language / Мова навчання	«Економіка» Перший (бакалаврський) рівень - 3 ECTS Вибіркова Українська	
Author / Укладач	Темченко Олександр Анатолійович, доктор технічних наук, професор, Навчально-науковий економічний інститут Державного університету економіки і технологій, e-mail: temchenko_oa@duet.edu.ua , http://orcid.org/0000-0003-0020-2430 Моб. 097- 889- 37 -30	

A. OBJECTIVE OF THE SUBJECT / МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мета навчальної дисципліни полягає у поглибленні теоретичних знань, засвоєнні сучасного методичного інструментарію, практичних навичок щодо особливостей організації та економічних наслідків функціонування галузевих ринків і стратегічної поведінки виробників в умовах ринків з недосконалою конкуренцією, а також ефективного управління інформаційними потоками та ресурсами підприємства як збалансованої соціально-економічної системи у сучасних динамічних умовах господарювання, формуванні комплексного бачення і розуміння системи управління для прийняття альтернативних варіантів господарських рішень.

Завдання навчальної дисципліни — надати здобувачам системне та цілісне уявлення про: закономірності функціонування та розвитку галузевих ринків; методiku діагностування й аналізу стану та трендів цих ринків; методи оцінювання процесів галузевого економічного розвитку, а також вивчення новітніх підходів до управління процесами прийняття та реалізації ефективних управлінських рішень, результативністю використання ресурсів підприємства за сучасними соціально-економічними критеріями; набуття вмінь обґрунтовувати напрями контролю, альтернативні варіанти господарських рішень і використовувати механізми побудови інтегрованих систем управління суб'єктами господарювання на галузевому ринку.

B. SUBJECT PROGRAM / ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. ФІРМА ЯК ОБ'ЄКТ МІКРОЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

Еволюція поглядів на природу фірми. Взаємозв'язок розміру фірми й економії на витратах. Фірма як сукупність суперечливих інтересів. Підходи та концепції в теорії фірми. Управлінські теорії як розвиток неокласичної теорії фірми. Інституціональні теорії фірми. Теорія трансакційних витрат Р. Коуза та Ф. Найта. Стейкхолдерська теорія фірми. Теорія фірми як теорія недосконалих контрактів О. Уільямсона. Теорія ігор та поведінка фірми. Підхід, заснований на знаннях. Підприємницька теорія фірм. Ефект масштабу та його прояви. Джерела економії при розширенні масштабів виробництва. Мінімально ефективний випуск та способи його визначення. Трансакційні витрати та розмір фірми. Витрати управління й Х-ефективність. Інтереси економічних агентів на фірмі. Цілі індивідуального власника. Цілі менеджерів. Взаємини власника та менеджера. Способи контролю за діяльністю менеджерів. Цілі кредиторів та акціонерів.

Тема 2. ДЕТЕРМІНАНТИ ГАЛУЗЕЙ І РИНКОВИХ СТРУКТУР

Поняття галузевого ринку та визначення його меж. Типологія ринкових структур. Показники концентрації та монопольної влади фірм. Поняття галузевого ринку. Межі галузевого ринку. Види галузевих ринків. Ринкова структура: поняття, фактори визначення. Характеристика ринкових структур. Показники концентрації виробників. Індекс концентрації. Індекс Херфіндала-Хіршмана. Показник дисперсії ринкових часток. Індекс ентропії. Індекс Джині. Індекс Лінда. Показники монопольної влади фірм. Індекс Бейна. Індекс Лернера. Коефіцієнт Тобіна. Коефіцієнт Паландреу. Індекс Ротшильда. Коефіцієнт співвідношення ціни бренда до власного капіталу.

Тема 3. РИНКОВІ БАР'ЄРИ.

Економічна природа і сутність ринкових бар'єрів, причини та наслідки їх виникнення. Характеристика бар'єрів входу на галузевий ринок і способи їх подолання. Оцінка ступеня подоланості, висоти та ефективності ринкових бар'єрів входу. Ринкові бар'єри як перешкоди здійснення прибуткового виробництва. Сутність та класифікація бар'єрів входу на галузевий ринок. Нестратегічні бар'єри входу на галузевий ринок. Стратегічні вхідні бар'єри. Способи подолання бар'єрів входу на галузевий ринок. Визначення ступеня подоланості ринкових бар'єрів входу. Статистичні показники оцінки ринкових бар'єрів входу. Визначення рівня нестратегічних ринкових бар'єрів входу. Визначення рівня стратегічних бар'єрів входу. Комплексна оцінка рівня вхідних ринкових бар'єрів. Ефективність ринкових бар'єрів входу.

Тема 4. ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ НА ПРОДУКЦІЮ ФІРМИ.

Технологія прогнозування попиту на продукцію фірми. Методи прогнозування попиту на продукцію фірми. Регресійний

аналіз попиту на продукцію фірми. Зміст прогнозування попиту на продукцію. Передпрогнозна орієнтація. Збір інформації. Аналіз і моделювання попиту на продукцію, розробка прогнозу. Класифікація методів прогнозування попиту на продукцію фірми. Якісні методи прогнозування попиту на продукцію. Кількісні методи прогнозування попиту на продукцію. Сутність та етапи регресійного аналізу. Проблеми здійснення регресійного аналізу. Оцінка надійності регресійних моделей попиту. Оцінка прогнозних властивостей регресії.

Тема 5. ГОРИЗОНТАЛЬНА ВЗАЄМОДІЯ ФІРМ

Горизонтальна взаємодія фірм на ринку: поняття, класифікація моделей. Некооперативні моделі горизонтальної взаємодії фірм. Кооперативні моделі горизонтальної взаємодії фірм на ринку. Поведінка домінуючої фірми з конкурентним оточенням. Взаємодія фірм на ринку та її різновиди. Класифікація моделей горизонтальної взаємодії фірм. Модель Курно. Рівновага Курно в галузі з n фірмами. Модель Чемберліна. Модель Штакельберга. Модель Ж. Бертрана. Цикли Еджуорта. Вирішення парадоксу Ж. Бертрана. Картель, причини виникнення, стимули до порушення картельних угод. Фактори збереження картелю. Мовчазна змова, форми її прояву. Стимули до мовчазної змови. Цінове лідерство. Модель цінової поведінки домінуючої фірми Форхаймера. Модель цінової поведінки домінуючої фірми Форхаймера з відкритим входом.

Тема 6. ВЕРТИКАЛЬНА ВЗАЄМОДІЯ ФІРМ

Вертикальна взаємодія фірм як форма обмеження галузевої конкуренції. Вертикальні обмеження. Вигоди і витрати вертикальної інтеграції фірм. Наслідки здійснення вертикальної інтеграції фірм. Поняття та види інтеграції фірм. Організаційні форми інтеграції фірм. Поняття і типи вертикальних обмежень. Причини застосування вертикальних обмежень. Ефективність вертикальних обмежень. Вигоди повної вертикальної інтеграції фірм. Вигоди і витрати вертикальних відносин фірм. Наслідки вертикальної інтеграції для фірми. Ринкові наслідки вертикальної інтеграції фірм. Ефективність вертикальної інтеграції фірм.

Тема 7. ЦІНОВА ДИСКРИМІНАЦІЯ.

Цінова дискримінація та способи її здійснення. Види цінової дискримінації: вибір оптимального рішення. Практика використання цінової дискримінації та її наслідки. Цінова дискримінація: поняття, мета здійснення. Умови здійснення цінової дискримінації. Класифікація варіантів цінової дискримінації. Моноцінова стратегія як граничний випадок цінової дискримінації. Цінова дискримінація першого ступеня. Цінова дискримінація другого ступеня. Цінова дискримінація за якістю. Цінова дискримінація за часом продаж. Цінова дискримінація третього ступеня. Взаємопов'язані продажі та продаж товарів наборами. Трансфертне ціноутворення. Сезонне ціноутворення. Грабіжницьке ціноутворення. Ціноутворення, орієнтоване на витрати. Міжчасова цінова дискримінація. Психологічні особливості сприйняття ціни. Вплив цінової дискримінації на економічні процеси.

Тема 8. ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ПРОДУКТУ.

Диференціація продукту: поняття, види, наслідки. Моделі вертикальної та горизонтальної диференціації продукту. Реклама як фактор диференціації продукту: інтенсивність, вибір оптимального рівня витрат. Напрямки та наслідки диференціації продукту. Види продуктової диференціації. Вимірювання продуктової диференціації. Модель Е. Чемберліна. Оптимальний рівень продуктової диференціації. Моделі просторової диференціації. Модель «лінійного міста». Модель С. Салопа. Модель С. Салопа: формування кола клієнтів. Модель С. Салопа: максимізація прибутку магазинів. Модель горизонтальної диференціації продукту Ланкастера. Вертикальна диференціація продукту: модель Дж. Саттона. Реклама, способи виміру її інтенсивності, наслідки. Реклама в умовах монополії: модель Дорфмана — Штайнера. Реклама в умовах олігополії.

Тема 9. ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ФІРМ.

Інноваційна діяльність фірм: поняття, вплив на структуру галузевого ринку, моделі стимулів. Патентний захист інновацій: необхідність впровадження та наслідки. Особливості інноваційної діяльності фірм за наявності мережових ефектів споживання. Інновації та інноваційні процеси. Структура ринку та інноваційна активність фірм. Модель стимулів до інновацій К. Ерроу. Кардинальна та некардинальна інновації. Інновації та загроза входу на ринок. Модель інноваційного процесу П. Дасгупти та Дж. Стігліца. Модель продуктової інновації Дорфмана-Штайнера. Патент, наслідки патентного захисту. Оптимальна тривалість дії патенту. Визначення оптимальної кількості фірм-інноваторів. Вибір між патентом та ліцензією. Мережеві блага та мережеві ефекти. Проблема стандартів на ринках з мережевими ефектами. Інноваційне лідерство на ринках мережових благ.

Тема 10. ПОВЕДІНКА ФІРМИ НА ФАКТОРНОМУ РИНКУ

Формування попиту на змінний ресурс. Особливості формування попиту на капітал і землю. Ціноутворення на ресурсних ринках. Основні положення аналізу факторного попиту. Попит на змінний ресурс монополіста. Крива попиту монополіста на один із кількох змінних ресурсів. Ефекти заміни, випуску та максимізації прибутку. Ресурсне рішення монополіста у довгостроковому періоді. Галузевий і ринковий попит на ресурс. Особливості капітального ресурсу та землі як факторів виробництва. Попит фірми на грошовий капітал. Особливості попиту на землю. Рівновага на ринку змінного ресурсу. Рівновага на ринку грошового капіталу. Визначення ціни права власності на капітальний ресурс. Економічна рента. Рівновага на ринку землі. Диференційна земельна рента. Визначення ціни права власності на землю.

Тема 11. АНАЛІЗ ПРОЯВІВ ЕКОНОМІЧНОГО ТА АДМІНІСТРАТИВНОГО ВПЛИВУ НА ГАЛУЗЕВИЙ РИНОК.

Загальні поняття державної галузевої політики та напрямки її реалізації. Державна антимонопольна політика. Антимонопольне регулювання. Неспроможність (провали) ринку. Функції та інструменти державного регулювання.

Поняття, типи і напрямки державної галузевої політики. Концепції державної галузевої політики. Поняття, цілі та напрямки державної антимонопольної політики. Законодавча база державної антимонопольної політики. Особливості зарубіжного конкурентного законодавства. Попередження зловживань монополієм становитиме. Контроль за обмежувальною та дискримінаційною діяльністю. Контроль за концентрацією суб'єктів господарювання. Поняття антимонопольного регулювання. Методи державного регулювання монополій. Сучасний стан монополізму і тенденції розвитку природних монополій в Україні.

C. LIST OF COMPETENCIES AND STUDIES TARGETED RESULTS / ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ТА ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 5. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово ЗК 8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 11. Здатність приймати обгрунтовані рішення.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК 1. Здатність виявляти знання та розуміння проблем предметної області основ функціонування сучасної економіки на мікро, мезо, макро та міжнародному рівнях. СК 3. Розуміння особливостей провідних наукових шкіл та напрямів економічної науки СК 4. Здатність пояснювати економічні та соціальні процеси та явища на основі теоретичних моделей, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати. СК 5. Розуміння особливостей сучасної світової та національної економіки і інституційної структури обгрунтування напрямів соціально-економічної та зовнішньоекономічної політики держави. СК 9. Здатність прогнозувати на основі стандартних, теоретичних та економетричних моделей соціально-економічні процеси. СК 13. Здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності.
Програмні результати навчання (ПР)	ПР 3. Знати та використовувати економічну термінологію, пояснювати базові концепції макро та мікроекономіки. ПР 7. Пояснювати моделі соціально-економічних явищ з погляду фундаментальних принципів і знань на основі розуміння основних напрямів розвитку економічної науки. ПР 9. Усвідомлювати основні особливості сучасної світової та національної економіки інституційної структури, напрямів соціально-економічної та зовнішньоекономічної політики держави. ПР 10. Проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність їх діяльності. ПР 14. Визначати та планувати можливості особистого професійного розвитку. ПР 16. Вміти використовувати дані, надавати аргументацію, критично оцінювати логіку та формувати висновки з наукових та аналітичних текстів з економіки. ПР 17. Виконувати міждисциплінарний аналіз соціально-економічних явищ і проблем в одній або декількох професійних сферах з врахуванням ризиків та можливих соціально-економічних наслідків. ПР 18. Використовувати нормативні та правові акти, що регламентують професійну діяльність. ПР 22. Демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі із новими об'єктами та у невизначених умовах.

D. SEMESTER PLAN / СЕМЕСТРОВИЙ ПЛАН

Тиждень/ Дата	Тема	Форма діяльності (заняття), години, формат	Завдання для СРС (література, ресурси в інтернеті, презентація, відеокурси)
07.02.2023 07.02.2023	Тема 1. ФІРМА ЯК ОБ'ЄКТ МІКРОЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ 1.1. Еволюція поглядів на природу фірми. 1.2. Взаємозв'язок розміру фірми й економії на	Лекція, (2 год), F2F Практичне заняття, (2 год), F2F	Опрацювання літератури: основна 1, 3, 5, 6-9 додаткова 1, 2 1. Чим можна пояснити еволюцію поглядів на природу фірми і її основні характеристики? Чи можете Ви назвати положення, загальні для всіх підходів до вивчення фірми? У чому полягають основні розходження розглянутих теоретичних підходів?

	<p>витратах. 1.3. Фірма як сукупність суперечливих інтересів</p> <p>Тема 2. ДЕТЕРМІНАНТИ ГАЛУЗЕЙ І РИНКОВИХ СТРУКТУР</p> <p>2.1. Поняття галузевого ринку та визначення його меж. 2.2 Типологія ринкових структур. 2.3. Показники концентрації та монопольної влади фірм</p>		<p>2. Що показує технологічний підхід до фірми? У яких випадках він може використовуватися? 3. При вивченні яких питань доцільно застосовувати контрактну теорію фірми? Чи можете ви привести приклади, що підтверджують, що витрати контролю підвищуються з ростом розміру фірми? Або, навпаки, знижуються? 4. У чому цінність стратегічного підходу до аналізу діяльності фірми? У яких випадках цей підхід є найефективнішим? 5. Які Ви знаєте способи визначення ефективного масштабу виробництва? 6. Дайте визначення поняття «субадитивність витрат». Яким чином субадитивність витрат дозволяє визначити горизонтальні та вертикальні межі росту фірми? 7. Від чого залежить поведінка фірми в економічній системі? Чому фірма може переслідувати різні цілі? Які цілі акціонерів? У яких випадках ці цілі ведуть до стабілізації, а в яких — до руйнування економічної системи? 8. Які цілі індивідуального власника фірми? Чи завжди індивідуальний власник буде витрачати максимальні зусилля на фірмі? 9. Які цілі менеджерів? У чому полягає конфлікт власників і менеджерів? Якими способами можна пом'якшити цей конфлікт? Що визначає поведінку фірми в довгостроковому періоді в умовах невизначеності? 10. Які цілі можуть переслідувати кредитори й дебітори фірми? Чи безпечно для фірми. 11. Дайте визначення поняттю «галузевий ринок». 12. Які ви знаєте підходи до визначення меж галузевого ринку? 13. Що таке ринкова структура? Які типи ринкових структур Ви знаєте? Проранжуйте їх за ступенем ринкової влади виробника. 14. Назвіть показники ринкової концентрації. 15. Як побудувати криву концентрації? Чи можна на підставі кривих концентрації різних галузей порівняти рівні концентрації цих галузей? 16. Якими є переваги та недоліки індексу Херфіндаля—Хіршмана? 17. Чи вірним є твердження, що чим менше значення індексу Херфіндаля—Хіршмана, тим більш сконцентровані фірми в галузі? 18. В яких випадках використовується крива Лоренца? 19. Чим крива Лоренца відрізняється від кривої концентрації? 20. Які Ви можете назвати проблеми виміру монопольної влади? Охарактеризуйте переваги й недоліки різних підходів.</p>
<p>14.02.2023 14.02.2023</p>	<p>Тема 3. РИНКОВІ БАР'ЄРИ.</p> <p>3.1 Економічна природа і сутність ринкових бар'єрів, причини та наслідки їх виникнення. 3.2 Характеристика бар'єрів входу на галузевий ринок і способи їх подолання. 3.3 Оцінка ступеня подоланості, висоти та ефективності ринкових бар'єрів входу.</p>	<p>Лекція, (2 год), F2F</p> <p>Практичне заняття, (2 год), F2F</p>	<p>Опрацювання літератури: основна 1, 3, 5, 6-9. додаткова 1, 2</p> <p>1. Дайте визначення ринкових бар'єрів входу. Які види вхідних бар'єрів вам відомі? 2. Перелічіть нестратегічні бар'єри входу на ринок і прокоментуйте їхній вплив на рівень монопольної влади фірм на галузевому ринку. 3. Охарактеризуйте стратегічні бар'єри входу на галузевий ринок і покажіть, яким чином вони впливають на поведінку ринкових операторів. 4. У чому полягають абсолютні та відносні переваги за витратами? Назвіть приклади володіння абсолютними і відносними перевагами за витратами вітчизняними підприємствами та визначіть джерела їх виникнення. 5. У чому полягає сутність позитивної віддачі від масштабу та ефекту досвіду? Охарактеризуйте відомі вам показники і методи визначення рівня даних ринкових бар'єрів входу. 6. Чи можна вважати ефекти масштабу і досвіду ідентичними поняттями? Яким чином 7. Які способи подолання ринкових бар'єрів входу вам відомі? Наведіть приклади. 8. Якими є параметри рівноваги на галузевому ринку з активною (домінуючою) фірмою при вільному вході та виході інших фірм? Відповідь обґрунтуйте.</p>

			<p>9. Які існують форми вертикальних контрактів на ринках? Чим вертикальна інтеграція відрізняється від вертикальних обмежень?</p> <p>10. Які основні типи диференціації продукту вам відомі? Як пов'язані стратегії фірм на ринку з особливостями продуктової диференціації?</p> <p>11. Яким чином можна виміряти (оцінити) рівень диференціації продукту на ринку?</p> <p>12. У чому полягає сутність концепції ефективності ринкових бар'єрів входу? Які стратегії гальмування вторгнень новачків на галузевий ринок вам відомі? Наведіть приклади.</p>
21.02.2023 21.02.2023	<p>Тема 4. ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ НА ПРОДУКЦІЮ ФІРМИ.</p> <p>4.1. Технологія прогнозування попиту на продукцію фірми.</p> <p>4.2. Методи прогнозування попиту на продукцію фірми.</p> <p>4.3. Регресійний аналіз попиту на продукцію фірми.</p>	<p>Лекція, (2 год), F2F</p> <p>Практичне заняття, (2 год), F2F</p>	<p>Опрацювання літератури: основна 1, 3, 5, 6-9. додаткова 1, 2, 3</p> <p>1. Дайте загальну характеристику процесу прогнозування попиту на продукцію і сформулюйте завдання окремих його етапів.</p> <p>2. Поясніть відмінності між часовими та крос-секційними даними для прогнозування попиту на продукцію. Наведіть приклади кожного типу даних.</p> <p>3. Перелічіть методи якісного та кількісного прогнозування попиту на продукцію? У чому полягають основні відмінності між цими методами?</p> <p>4. Сформулюйте аргументи за і проти доцільності використання комбінованих методів прогнозування попиту на продукцію фірми.</p> <p>5. Від чого залежить вибір методу прогнозування попиту на продукцію фірми?</p> <p>6. У чому полягає специфіка трендового методу прогнозування попиту на продукцію? Якими є його спільні риси із методом кореляційно-регресійного аналізу?</p> <p>7. Дайте визначення поняття автокореляції та сформулюйте можливі причини її виникнення. Які вимоги до вихідної інформації для прогнозування попиту на продукцію дозволяють уникнути даної проблеми регресійного аналізу?</p> <p>8. Що таке мультиколінеарність? Як дослідники можуть виявити дану проблему? Яким чином дана проблема впливає на результати регресії?</p> <p>9. Охарактеризуйте методи усунення автокореляції та мультиколінеарності, визначіть їхні переваги та недоліки.</p> <p>10. Які статистичні показники обчислюються для оцінки надійності регресійних моделей попиту?</p> <p>11. Які критерії оцінки прогнозних властивостей регресійних моделей попиту вам відомі?</p>
28.02.2023 28.02.2023	<p>Тема 5. ГОРИЗОНТАЛЬНА ВЗАЄМОДІЯ ФІРМ</p> <p>5.1. Горизонтальна взаємодія фірм на ринку: поняття, класифікація моделей.</p> <p>5.2. Некооперативні моделі горизонтальної взаємодії фірм.</p> <p>5.3. Кооперативні моделі горизонтальної взаємодії фірм на ринку.</p> <p>5.4. Поведінка домінуючої фірми з конкурентним оточенням.</p>	<p>Лекція, (2 год), F2F</p> <p>Практичне заняття, (2 год), F2F</p>	<p>Опрацювання літератури: основна 1, 3, 5, 6-9. додаткова 1, 2, 3</p> <p>1. Що розуміють під стратегічною поведінкою фірм на галузевому ринку? У чому полягає стратегічна взаємодія фірм? За якими критеріями визначається домінування фірм?</p> <p>2. За якими критеріями можна класифікувати моделі горизонтальної взаємодії фірм? Який тип взаємодії є вигіднішим для фірм: кооперативний або некооперативний? Який тип частіше можна зустріти на ринку? Чому?</p> <p>3. Якими є особливості взаємодії фірм в моделі Курно? Моделі «лідер-послідовник» Штакельберга?</p> <p>4. У чому полягає сутність взаємодії фірм за моделлю дуополії Бертрана? Що таке парадокс Бертрана? Як вирішується парадокс Бертрана?</p> <p>5. Чому виникають картелі? Чим відрізняється повний картель від неповного? Чому положення картелю є нестійким? Які є методи попередження порушення картельної угоди?</p> <p>6. Які форми мовчазної змови ви знаєте? Що може виступати предметом угоди в мовчазній змові? Які дії називають свідомим паралелізмом?</p> <p>7. Які види цінового лідерства вам відомі? Охарактеризуйте їх.</p> <p>8. Якими є особливості поведінки домінуючої фірми на ринку? Порівняйте положення домінуючої фірми в статусі часткового монополіста та чистого монополіста.</p> <p>9. Якими є умови виникнення «цінової парасольки»? Для яких фірм виникає це явище?</p>

			10. Як визначається ринкова рівновага на ринку домінуючої фірми при існуванні вільного входу-виходу на ринку? За яких умов поведінка домінуючої фірми може стати «самовбивчою»?
07.03.2023 07.03.2023	Тема 6. ВЕРТИКАЛЬНА ВЗАЄМОДІЯ ФІРМ 6.1. Вертикальна взаємодія фірм як форма обмеження галузевої конкуренції. 6.2. Вертикальні обмеження. 6.3. Вигоди і витрати вертикальної інтеграції фірм. 6.4. Наслідки здійснення вертикальної інтеграції фірм	Лекція, (2 год), F2F Практичне заняття, (2 год), F2F	Опрацювання літератури: основна 1, 3, 5, 6-9 додаткова 1, 2, 3 1. Які форми вертикального контролю вам відомі? Чим вертикальна інтеграція відрізняється від вертикальних обмежень? 2. Наведіть приклади здійснення різних видів інтеграції вітчизняними фірмами. 3. Перелічіть спільні риси і відмінності між горизонтальною, вертикальною та конгломератною інтеграцією. 4. Розкрийте сутність ефекту подвійної маржиналізації та поясніть механізм його усунення при вертикальній інтеграції фірм. В яких випадках усунення даного ефекту приводить до зростання сумарного прибутку виробників кінцевої і проміжної продукції? 5. Чи можна розглядати вертикальні обмеження як інструмент реалізації ринкової влади активної (домінуючої) фірми на галузевому ринку? Чому? 6. Охарактеризуйте види трансакційних витрат, які спонукають фірми здійснювати вертикальну інтеграцію. 7. Визначіть сутність франчайзингу та назвіть основні типи вертикальних обмежень, які можуть використовуватись при реалізації договору франчайзингу. 8. Розкрийте сутність поняття «вертикальні обмеження». Чи можуть мати місце вертикальні обмеження при повній інтеграції фірм? Частковій інтеграції? Квазіінтеграції? 9. Наведіть приклади успішної повної, часткової вертикальної інтеграції та квазіінтеграції вітчизняними підприємствами. 10. Охарактеризуйте наслідки вертикальної інтеграції для фірми, ринку, суспільства у цілому.
14.03.2023 14.03.2023	Тема 7. ЦІНОВА ДИСКРИМІНАЦІЯ. 7.1. Цінова дискримінація та способи її здійснення. 7.2. Види цінової дискримінації: вибір оптимального рішення. 7.3. Практика використання цінової дискримінації та її наслідки.	Лекція, (2 год), F2F Практичне заняття, (2 год), F2F	Опрацювання літератури: основна 1, 3, 5, 6-9. додаткова 1, 2, 3 1. Що таке цінова дискримінація? Яка мета здійснення цінової дискримінації? Які умови необхідні для ефективного використання дискримінаційного ціноутворення? 2. Які види цінової дискримінації Ви знаєте? 3. У чому сутність досконалої цінової дискримінації? Яким є вплив досконалої цінової дискримінації на суспільний добробут? Якими є наслідки для споживачів? Для фірми, яка дотримується даної політики? Для інших фірм на ринку? 4. Які форми прояву цінової дискримінації другого ступеня Ви знаєте? 4. Які форми прояву цінової дискримінації другого ступеня Ви знаєте? 5. Які особливості здійснення цінової дискримінації третього ступеня? 6. Якими є особливості ціноутворення на ринку взаємодоповнюючих товарів? 7. Чому виникають проблеми з визначенням оптимальної схеми ціноутворення при сезонних коливаннях попиту і як вони розв'язуються? 8. Як визначається трансфертна ціна в умовах існування зовнішнього ринку для проміжного продукту фірми? В умовах відсутності зовнішнього ринку? 9. У чому полягає сутність стратегії грабіжницького ціноутворення? Що необхідно для виявлення такої практики ціноутворення? 10. У чому особливість ринку товарів тривалого користування? У чому полягає парадокс Коуза?
21.03.2023 21.03.2023	Тема 8. ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ПРОДУКТУ. 8.1. Диференціація	Лекція, (2 год), F2F	Опрацювання літератури: основна 1, 3, 5, 6-9 додаткова 1, 2, 12, 16 1. Що таке диференціація продукту, які її види Ви знаєте? У чому

	<p>продукту: поняття, види, наслідки.</p> <p>8.2. Моделі вертикальної та горизонтальної диференціації продукту. 8.3. Реклама як фактор диференціації продукту: інтенсивність, вибір оптимального рівні витрат. .</p>	<p>Практичне заняття, (2 год), F2F</p>	<p>полягає різниця між вертикальною й горизонтальною диференціацією продукту?</p> <p>2. Охарактеризуйте основні фактори диференціації продукту. Якими можуть бути наслідки диференціації товару?</p> <p>3. Які існують показники виміру ступеня диференціації продукту на галузевому ринку?</p> <p>4. В якому випадку цінова еластичність попиту вище: при продажу однорідного або диференційованого продукту? Поясніть свою відповідь</p> <p>5. Чому існує проблема неоптимального вибору числа товарних марок?</p> <p>6. У чому подібність, а в чому відмінність розв'язуваних проблем у моделях просторової диференціації Хотеллінга й Салопа. Із чим, на Вашу думку, це пов'язано?</p> <p>7. Яким є економічний зміст параметра «транспортні витрати» у моделі Хотеллінга?</p> <p>8. Які параметри ринкової рівноваги в моделі Дж.Саттона? Яку роль відіграють витрати на покращення якості продукції в моделях вертикальної диференціації продукту?</p> <p>9. Які параметри ринкової рівноваги в моделі просторової диференціації К. Ланкастера?</p> <p>10. Як визначити оптимальний рівень витрат на рекламу в умовах монополії? олігополії? За яких умов не виконується принцип Дорфмана—Штайнера?</p>
<p>28.03.2023 28.03.2023</p>	<p>Тема 9. ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ФІРМ.</p> <p>9.1. Інноваційна діяльність фірм: поняття, вплив на структуру галузевого ринку, моделі стимулів.</p> <p>9.2. Патентний захист інновацій: необхідність впровадження та наслідки.</p> <p>9.3. Особливості інноваційної діяльності фірм за наявності мережових ефектів споживання.</p>	<p>Лекція, (2 год), F2F</p> <p>Практичне заняття, (2 год), F2F</p>	<p>Опрацювання літератури: основна 1, 3, 4, 5, 6-9 додаткова 2, 4, 10, 15</p> <p>1. Що розуміють під поняттям «інновація» та етапами інноваційного процесу? Що слід розуміти під процесом «дифузії» інновацій?</p> <p>2. Чи впливає тип ринкової структури на інноваційну активність фірм. Чи може бути оберненим цей зв'язок? Яких поглядів притримувався Й Шумпетер? К. Ерроу? Яким чином інноваційна діяльність фірм здійснює вплив на структуру товарного ринку?</p> <p>3. Яку роль відіграють продуктові та технологічні інновації з позицій формування конкурентних переваг фірми?</p> <p>4. Чи завжди є необхідність в патентному захисті інновації? У чому полягає логіка патентного захисту? Якими є бажані та небажані наслідки патентного захисту?</p> <p>5. Якими є причини імітацій та якою є її ціна?</p> <p>6. Як визначається ставка роялті?</p> <p>7. В яких випадках видача ліцензії стає вигідною для продавця? В яких випадках покупка ліцензії є доцільною для покупця?</p> <p>8. Чи є особливості впровадження інновацій на ринках з позитивними мережевими ефектами? Які особливості формування попиту на ринках з позитивними мережевими ефектами?</p> <p>9. Яку роль відіграє конкуренція стандартів на ринках з мережевими ефектами? Що таке «ефект пастки» і які причини його виникнення?</p> <p>10. Якими принципами поведінки керується фірма, яка притримується стратегії інноваційного лідерства?</p>
<p>04.04.2023 04.04.2023</p>	<p>Тема 10. ПОВЕДІНКА ФІРМИ НА ФАКТОРНОМУ РИНКУ</p> <p>10.1. Формування попиту на змінний ресурс.</p> <p>10.2. Особливості формування попиту на капітал і землю.</p> <p>10.3. Ціноутворення на ресурсних ринках.</p>	<p>Лекція, (2 год), F2F</p> <p>Практичне заняття, (2 год), F2F</p>	<p>Опрацювання літератури: основна 1, 3, 4, 5, 6-9. додаткова 2, 4, 10, 15.</p> <p>1. Поясніть механізм формування попиту фірми на єдиний змінний ресурс. У чому полягає особливість утворення індивідуального попиту на один із декількох змінних ресурсів?</p> <p>2. У чому виявляються ефекти заміни, випуску, максимізації прибутку при зміні ціни на один із декількох виробничих ресурсів?</p> <p>3. Чим характерна двостороння монополія на ринку праці? 4. Чому крива попиту на змінний ресурс для монополіста є відсутньою? Поясніть.</p> <p>5 Які детермінанти визначають положення кривої попиту на ресурс? Цінову еластичність факторного попиту?</p> <p>6. Чому криву, отриману шляхом горизонтального сумування індивідуальних кривих попиту на змінний ресурс, не завжди можна вважати кривою галузевого факторного попиту?</p> <p>7. Сформулюйте особливості ціноутворення на ринку змінного ресурсу за наявності монополічної влади фірм на продуктовому та факторному ринках.</p> <p>8. Чи існує відмінність між визначенням ціни оренди капітального ресурсу та права власності на нього? Якщо так, то яка? Поясніть.</p> <p>9. Яку роль відіграє фактор часу у процесі обґрунтування</p>

<p>11.04.2023 11.04.2023</p>	<p>Тема 11. АНАЛІЗ ПРОЯВІВ ЕКОНОМІЧНОГО ТА АДМІНІСТРАТИВНОГО ВПЛИВУ НА ГАЛУЗЕВИЙ РИНОК. 11.1. Загальні поняття державної галузевої політики та напрямки її реалізації. 11.2. Державна антимонопольна політика. 11.3. Антимонопольне регулювання.</p>	<p>Лекція, (2 год), F2F Практичне заняття, (2 год), F2F</p>	<p>доцільності придбання права власності на капітальний ресурс фірмою? 10. У чому полягають сутність та причини виникнення економічної ренти? Дайте визначення та назвіть економічні функції земельної ренти. 11. Як визначається ціна права власності на землю?</p> <p>Опрацювання літератури: основна 1, 3, 4, 5, 6-9. додаткова 2, 4, 10, 15.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Дайте визначення поняття державної галузевої політики, охарактеризуйте її типи та визначіть напрямки реалізації. 2. Сформулюйте відомі вам концепції державної галузевої політики. Який, на вашу думку, критерій ефективності галузевого ринку має бути покладений в основу вітчизняної державної галузевої політики? 3. У чому полягає сутність державної антимонопольної політики? Яким чином співвідноситься дане поняття із терміном «антимонопольне регулювання»? 4. Сформулюйте особливості конкурентного законодавства розвинених країн. У чому полягає сутність правила розумності? 5. Охарактеризуйте позитивні і негативні наслідки монополізації ринків. 6. Чи мають місце втрати суспільства від монополізації ринку за умов олігополії? Монополістичної конкуренції? Від чого залежить величина даного показника? 7. Охарактеризуйте ознаки природної монополії. Які основні причини її виникнення? Чому необхідним є державне регулювання природної монополії? 8. Сформулюйте переваги та недоліки відомих вам методів державного регулювання природних монополій. Які методи використовуються для регулювання вітчизняних монопольних ринків? 9. Якими принципами керується держава, встановлюючи ціни на продукцію природної монополії? Охарактеризуйте основні проблеми, пов'язані з державним ціноутворенням на продукцію природних монополій. 10. Сформулюйте недоліки вітчизняного антимонопольного регулювання та охарактеризуйте напрямки їх усунення.
----------------------------------	---	--	---

Вивчення дисципліни передбачає виконання контрольної (модульної) роботи.

Контрольна модульна робота виконується за темами 1-11 у письмовій формі. Під час виконання здобувачі мають продемонструвати уміння та навички залучати набуті теоретичні знання до аналізу та особливостей розробки ефективних управлінських рішень на сучасній фірмі для подальшої успішної діяльності на галузевому ринку.

Вивчення дисципліни передбачає виконання індивідуальних (реферативних) завдань. Кожен здобувач індивідуально виконує певні завдання. Виконання індивідуальних завдань з курсу «Економіка галузевих ринків» як однієї з форм організації навчального процесу є складовою поточного контролю знань й спрямоване на активізацію самостійної роботи здобувачів з метою засвоєння, закріплення та поглиблення теоретичних знань, набутих здобувачем у процесі вивчення курсу, вироблення практичних навичок і умінь самостійно працювати із законодавчими актами, навчальною, спеціальною літературою та статистичними матеріалами, робити узагальнення й висновки.

Кожному здобувачу на матеріалах підприємства (бази практики) необхідно виконати індивідуальне науково-дослідне завдання (у формі реферату для здобувачів денної форми навчання) за відповідним планом.

Письмовий звіт з виконання індивідуального завдання має бути оформлений у відповідності до таких вимог:

- комп'ютерний набір тексту (TimesNewRoman, 14 pt, полуторний інтервал, до 20 сторінок);
- титульний лист згідно зразка, затвердженого кафедрою;
- зміст на окремій сторінці, у якому - перелік завдань та номери сторінок, на яких починається викладення звіту з його виконання;
- основна частина з чітким указуванням завдання, виконання якого письмово презентується;
- заключна частина, у якій стисло викладено висновки за результатами роботи;
- список використаних джерел;
- додатки.

Замість науково-дослідницької роботи здобувачі можуть отримати 10 балів за вивчення онлайн курсу «Економіка для всіх» на платформі **Prometheus** (<https://www.Prometheus>)

Детальний план проведення практичних занять, завдання для практичних занять, самостійної та індивідуальної роботи містяться в системі MOODLE у наступних методичних рекомендаціях:

1. Методичні рекомендації до практичних занять з дисципліни «Економіка галузевих ринків»;
2. Методичні рекомендації для виконання індивідуально-самостійної та дистанційної роботи з дисципліни «Економіка галузевих ринків»

E. BASIC LITERATURE (OBLIGATORY TEXTBOOKS) / ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА (ОБОВ'ЯЗКОВІ ПІДРУЧНИКИ)

1. Закон України «Про Антимонопольний комітет України» (від 26.11.1993 № 3659-XII) // Відомості Верховної Ради України. — 1993. — № 50. — С. 472.

2. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (від 07.06.1996 № 236/96) // Відомості Верховної Ради України. — 1996. — № 36. — С. 164.
3. Закон України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» (від 18.02.1992 № 2132-XII) // Відомості Верховної Ради України. — 1992. — № 21. — С. 296.
4. Закон України «Про природні монополії» (від 20.04.2000 №1682 — III) // Голос України. — 2000. — №99. — С. 4 — 5; Офіційний вісник України. — 2000. — №19. — С. 7.
5. *Авдашева С.Б.* Теория организации отраслевых рынков: Учебн. [для студ. высш. учебн. зав.] / С.Б. Авдашева, Н.М. Розанова. — М.: ИЧП «Издательство Магистр», 1998. — 320 с.
6. Ігнатюк А.І. Економіка галузевих ринків: навчальний посібник. К. : ВПЦ «Київський університет», 2015. 448 с.
7. Вашків О. Економіка галузевих ринків. Опорні конспекти лекцій. Тернопільський національний економічний університет. Тернопіль. 2017. URL : <https://ek-azbuka.wixsite.com/tneu/blank-j2vcb>.
8. Азьмук Л. А. Мікроекономічний аналіз [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Л. А. Азьмук, О. М. Щербатюк. — К. : КНЕУ, 2014. — 262 с.
9. Мікроекономічний аналіз: практикум [Електронний ресурс] : [Л. А. Азьмук, О. М. Щербатюк]— К.: КНЕУ, 2016.— 149 с.

F. COMPLEMENTARY LITERATURE / ДОДАТКОВА ЛІТЕРАТУРА

1. *Кабраль Л.* Организация отраслевых рынков: Вводный курс / Луис М.Б. Кабраль. – Минск: ООО «Новое знание», 2003. – 356 с. – Гл. 3.
2. Теория фирмы / Под ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Эконом. школа, 1995. – Вехи экономической мысли. – Вып. 2. – 534 с.
3. *Шерер Ф.* Структура отраслевых рынков / Ф. Шерер, Д. Росс: [пер. с англ.]. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 698 с. – Гл. 4.
4. *Юсупова Г.Ф.* Теория отраслевых рынков : практикум : учеб. пособие / Г. Ф. Юсупова ; «Высш. шк. экономики», нац. исслед. унт. М. : Изд-во ГУ ВШЭ, 2012. – 275 с. – Раздел 1.
5. *Вурос А.Д.* Экономика отраслевых рынков / А. Д. Вурос, Н. М. Розанова ; М. : ТЕИС, 2000. –253 с. – Гл. 1, 2.
6. *Рой Л.В.* Анализ отраслевых рынков: [учебник] / Л.В. Рой, В.П. Третьяк. – М.: ИНФРА– М, 2008.– 442с.– Гл. 2, 3.2, 6.1.
7. *Розанова Н.М.* Экономика отраслевых рынков учебник для вузов / Розанова Н.М. – М.: Юрайт, 2010. – Гл. 1, 7, 10
8. *Лукьянов С.А.* Типология отраслевых входных барьеров: подходы различных школ в теории отраслевых рынков / С.А. Лукьянов // Экономические науки. – 2008. – №39. – С. 106–109.
9. Экономика отрасли. Серия «Учебники и учебные пособия» / [под ред. Пелиха А.С.] – Ростов на-Дону: Феникс, 2003. – С. 345–371
10. *Кит П., Янг Ф.* Управленческая экономика. Инструментарий руководителя: [5-е изд.] / Пол Кит, Филипп Янг. – СПб.: Питер, 2008. – Гл. 5.
11. *Бойцова Е.Ю.* Экономика отраслевых рынков: Учебно-методическое пособие / Е.Ю. Бойцова., З.А. Корчагина.– М.: МАКС Пресс, 2008. – Гл. 5, 6.
12. *Вурос А.* Экономика отраслевых рынков / А. Вурос, Н. Розанова. – М.: Экономический факультет МГУ, ТЭИС, 2002. – Гл. 9.
13. *Портер М.* Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – пер. с англ. – [3-е изд.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – Гл. 14.
14. *Розанова Н. М.* Экономика отраслевых рынков. Практикум : учеб. пособие. — М.: Юрайт, 2013. — 495 с.
15. *Лебедев О.Т.* Экономика отраслевых рынков. Учебное пособие /О.Т. Лебедев – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2008.–528 с. – Гл. 10.
16. *Пахомова Н.В. Казьмин А.А.* Структура рынка, технологические возможности и инновационная активность: что важно учесть при модернизации конкурентной политики // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 2 (30). – С. 111–115.
17. *Пахомова Н.В.* Экономика отраслевых рынков и политика государства [Текст]: учебник / Н.В. Пахомова, К.К. Рихтер. – М.: Экономика, 2009. – 815 с. — Гл. 17.
18. Економіка галузевих ринків: Навчально-методичний комплекс для студентів спеціальності «051 Економіка», освітніх програм «Економіка та економічна політика», «Економіка та право», «Економіка підприємства» / Упорядники Ігнатюк А.І., Колоша В.В., Коваленко О.Я.К., 2018. 44 с.

Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. <http://www.mon.gov.ua> - Офіційний сайт Міністерства освіти і науки України
2. <http://www.mmf.in.gov.ua> - Офіційний сайт Міністерства фінансів України
3. <http://www.ukrstat.gov.ua> - Офіційний сайт Державного комітету статистики
4. <http://www.nbuy.gov.ua> - Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського
5. <http://www.zakon.rada.gov.ua> - Офіційний сайт Верховної Ради України

G. THE MOST IMPORTANT PUBLICATIONS OF THE AUTHOR(S) CONCERNING PROPOSED CLASSES / ОСНОВНІ ПУБЛІКАЦІЇ АВТОРА, ЩО ПОВ'ЯЗАНІ З ТЕМАТИКОЮ ЗАПЛАНОВАНИХ ЗАНЬ

1. O. Temchenko, I. Krystopa. SUBSTANTIATION FOR MINING AND CONCENTRATING ENTERPRISES' FINANCIAL STABILITY BASED ON INTEGRAL BANKRUPTCY INDICATORS. Збірник наукових праць «Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики».- Харків, 2017.- №23. - (грудень).- С. 241-250 (**фахове видання, що входить до переліку міжнародної наукометричної бази даних Web of Science**). <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i23.122721>. URL: <http://fdk.org.ua/article/view/122721>.
2. S. Hushko, O. Temchenko, O. Huk. MODELING OF THE ORGANIZATION MANAGEMENT ACTIVITY WITH THE IMPORTANCE OF INFLUENCING FACTORS IN BUSINESS PROCESSES. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. - Харків, 2018.- №1/3 (91). – С. 13-21. DOI: **10.15587/1729-4061.2018.121647**. URL: <http://journals.uran.ua/eejet/article/view/121647>. SCOPUS - Author ID: **56786150800**.
3. ТЕМЧЕНКО О.А., ГУК О.Ю. ОБҐРУНТУВАННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ Стратегія економічного розвитку України Збірник наукових праць: К: ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана», 2017. (**фахове видання, що входить до переліку міжнародних наукометричних баз UlrichsWeb TM Global Serials Directory, Google Scholar, Scientific Indexing Services, Directory of Research Journals Indexing,**

Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського). URL:<http://www.sedu.com.ua/wp-content/uploads/2018/01/40-2017-8.pdf>.

4. S. Hushko, O. Temchenko, I. Krystopa. Особливості функціонування сучасних промислових компаній з урахуванням ймовірності припинення їх діяльності. (*Substantiation for mining and concentrating enterprises' financial stability based on integral bankruptcy indicators*). Збірник наукових праць «Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики» (фахове видання, що входить до переліку міжнародної наукометричної бази даних *Web of Science*), Харків, 2020.- № 32 (1) -(квітень). – С. 100-109. <http://fkd.org.ua/article/view/200294/200855>.

H. PREREQUISITE AND POSTREQUISITE / ПРЕРЕКВІЗИТИ ТА ПОСТРЕКВІЗИТИ

Дисципліни, які є необхідними передумовами для вивчення зазначеного курсу: Основи бізнесу, Основи економічної науки, Мікроекономіка, Господарське право, Менеджмент, Маркетинг, Контролінг, Національна економіка, Міжнародна економіка, Цифрова економіка, Стратегічне управління. Обов'язкового знання іноземних мов не потребує.

I. SCOPE AND TYPE / КІЛЬКІСТЬ ВІДВЕДЕНИХ ГОДИН ТА ФОРМА ПРОВЕДЕННЯ ЗАНЯТЬ

	Денна	Заочна
Лекції	10	8
Практичні (лабораторні)	20	8
Самостійна робота студента (СРС)	51	65
Індивідуально-консультативна робота (ІКР або реферативна робота)	9	9
Курсова робота	–	–

J. CURRENT AND FINAL EVALUATION / ПОТОЧНЕ ТА ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ

	Денна	Заочна
Поточний контроль, в т.ч.:	50	50
оцінювання під час аудиторних занять	30	40
виконання контрольних (модульних) робіт	20	20
виконання і захист завдань самостійної роботи (у формі тестових завдань)	40	40
науково-дослідницька робота	10	10
Підсумковий контроль	-	-
Разом (залік)	100	100

Шкала балів	Оцінка за 4-бальною шкалою	Шкала ECTS
90 – 100	Відмінно	A
80 – 89	Добре	B
70 – 79		C
66 – 69		D
60 – 65	Задовільно	E
21 – 59	незадовільно з можливістю повторного складання екзамену (заліку)	FX
0 – 20	незадовільно з можливістю вивчення дисципліни за індивідуальним графіком у формі додаткової індивідуально-консультативної роботи.	F

K. CODE OF CONDUCT OF THE COURSE / КОДЕКС ПОВЕДІНКИ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ КУРСУ

Для успішного проходження курсу та складання контрольних заходів необхідним є виконання наступних обов'язків:

- ❖ не запізнюватися на заняття;
- ❖ не пропускати заняття (як лекційні, так і практичні), в разі хвороби мати довідку або її ксерокопію;
- ❖ самостійно опрацювати весь лекційний матеріал та ресурси для самостійної роботи;
- ❖ при підготовці есе, що запропонована Вам для читання (див. семестровий план), оцінюється якість та оригінальність наведених Вами аргументів. Індивідуальне науково-дослідне завдання (Есе) або контрольна робота здобувачів заочної форми навчання повинно бути надіслано до 16:00 у попередній день перед семінаром або за тиждень до початку заліково-екзаменаційної сесії. Усі повинні обов'язково підготувати есе, а його відсутність з будь-яких причин не може бути виправданням.
- ❖ конструктивно підтримувати зворотній зв'язок з викладачем на всіх етапах проходження курсу (особливо під час виконання індивідуальних проектів/курсів проекту);
- ❖ своєчасно і самостійно виконувати всі передбачені програмою лабораторні та практичні завдання;
- ❖ брати очну участь у контрольних заходах;
- ❖ будь-яке відтворення результатів чужої праці (включаючи практичну роботу над командним проектом), в тому числі використання завантажених з Інтернету матеріалів, як власних результатів, кваліфікується, як порушення норм і правил академічної доброчесності, та передбачає притягнення до відповідальності у порядку, визначеному чинним законодавством.

L. METHODS OF CONDUCTING / МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Для формувань компетентностей застосовуються такі методи навчання:

Вербальні / словесні (лекція, пояснення, розповідь, бесіда);

наочні (спостереження, ілюстрація, демонстрація);

практичні (різні види практичних завдань, вирішення кейсів, виконання графічних, індивідуальних та контрольних робіт, проведення експерименту, практики);

пояснювально-ілюстративний, який передбачає пред'явлення готової інформації викладачем та її засвоєння здобувачами;

метод проблемного викладу;

дослідницький.

M. TOOLS, EQUIPMENT AND SOFTWARE / ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

мультимедійний клас з ПК, цифровий проектор;

[Zoom](#) – хмарна платформа для відео і аудіо конференцій та вебінарів;

ZELIS - система призначена для тестування знань здобувачів в двох режимах: автоматизований контроль знань та тестування по бланкам.

N. STUDENT RESOURCES, MOOC PLATFORMS / ЦИФРОВІ РЕСУРСИ ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ТА ВІДКРИТІ ДИСТАНЦІЙНІ ОНЛАЙН КУРСИ

Здобувачам пропонується доступ до навчальних матеріалів дисципліни - moodle.kneu.dp.ua:

[Coursera](#) – безкоштовні онлайн-курси з різних дисциплін, у разі успішного закінчення яких користувач отримує сертифікат про проходження курсу.

[EdX](#) – онлайн-курси від закладів вищої освіти.

[Prometheus](#) – український громадський проєкт масових відкритих онлайн-курсів.

O. FEEDBACK/ ЗВОРОТНІЙ ЗВ'ЯЗОК

Електронні листи є найкращим способом зв'язатися з керівником курсу, і, будь ласка, додайте шифр групи в темі листа. Якщо ви надішлете мені електронне повідомлення, надайте мені, принаймні, 24 години, щоб відповісти. Якщо ви не отримаєте відповідь, відправте листа повторно.

P. ACADEMIC HONESTY/ АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

Державний університет економіки і технологій очікує від здобувачів розуміння та підтримання високих стандартів академічної чесності. Приклади академічної не доброчесності включають такі: плагіат, зловживання інформацією із застарілих джерел мережі. Очікується, що вся робота, виконана відповідно до вимог курсу, є власною роботою здобувача. Під час підготовки роботи, яка відповідає вимогам курсу, здобувачі повинні відрізнити власні ідеї від інформації, отриманої з інших джерел. Без попереднього письмового схвалення викладачем, здобувачі можуть не подавати один і той же звіт двічі.

Обов'язково вказати на положення про доброчесність й зробити гіперпосилання (<https://www.duet.edu.ua/ua/area/institut/vchena-rada>

https://drive.google.com/drive/folders/1oOy2DG4BI57DIQ6dA6gXeac_GO1dppMm)

(номер протоколу №2 від 26.08.2021 року Вченої ради).

APPROVED / ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішенням кафедри економіки та цифрового бізнесу Державного університету економіки і технологій - протокол №1 від 05.10.2022 року

Укладач



О.А. Темченко

ЗАТВЕРДЖЕНО:

Кафедрою економіки та цифрового бізнесу
Протокол № 1 від 05.10.2022 року

В.о. завідувача кафедри



В.В. Соловійова

Науково-методичною радою Державного університету
економіки і технологій
Протокол № 4 від 30.11.2022 року



В.В. Орлов

Голова науково-методичної ради