

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра ПІДПРИЄМНИЦТВА, МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ЛОГІСТИКИ

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Декан факультету менеджменту

\_\_\_\_\_\_ І.Г. Шавкун

(підпис) (ініціали та прізвище)

«\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021

**РИНКИ ТОВАРІВ ТА РЕСУРСІВ**

(назва навчальної дисципліни)

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки бакалавра .

(назва освітнього ступеня)

денної (очної) та заочної (дистанційної) форм здобуття освіти

спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність.

(шифр, назва спеціальності)

освітньо-професійні програми Агробізнес, Підприємництво та комерційна логістика .

(назва)

**Укладач**  М.В. Хацер, к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики **.**

(ПІБ, науковий ступінь, вчене звання, посада)

|  |  |
| --- | --- |
| Обговорено та ухвалено  на засіданні кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики.  Протокол № 1 від “27” серпня 2021 р.  В.о. завідувача кафедри\_ПМОіЛ \_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Т.С. Павлюк  (підпис) (ініціали, прізвище ) | Ухвалено науково-методичною радою  факультету менеджменту .    Протокол № 1 від “27” серпня 2021 р.  Голова науково-методичної ради \_ факультету менеджменту .  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_О.В. Юдіна .  (підпис) (ініціали, прізвище ) |

|  |  |
| --- | --- |
| Погоджено  з навчально-методичним відділом  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (підпис) (ініціали, прізвище) |  |

2021 рік

**1. Опис навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1** | **2** | **3** | |
| **Галузь знань**  07 Управління і адміністрування  (шифр і назва) | **Нормативні показники для планування і розподілу дисципліни на змістові модулі** | **Характеристика навчальної дисципліни** | |
| очна (денна) форма здобуття освіти | заочна (дистанційна)  форма здобуття освіти |
| Кількість кредитів – 4 | **Обов’язкова** | |
| **Цикл дисциплін**  професійної підготовки спеціальності | |
| **Спеціальність**  076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність  (шифр і назва) | Загальна кількість годин – 120 | **Семестр:** | |
| 3-й | 3-й |
| **Освітньо-професійні програми**  Агробізнес, Підприємництво та комерційна логістика  (назва) | Змістових модулів – 6 | **Лекції** | |
| 28 год. | 8 год. |
| **Практичні** | |
| Рівень вищої освіти: **бакалаврський** | Кількість поточних контрольних заходів – 18 | 14 год. | 4 год. |
| **Самостійна робота** | |
| 78 год. | 108 год. |
| **Вид підсумкового семестрового контролю**:  екзамен | |

### **2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Метою** вивчення навчальної дисципліни «Ринки товарів та ресурсів» є отримання знання щодо закономірностей функціонування ринків товарів та ресурсів, їх структури, результативності, набуття навичок проведення аналізу поведінки ринкових суб’єктів у питаннях ціноутворення, диференціації продукції, умов набуття ринкової влади та її збереження, цінового та нецінового суперництва, інвестицій та інновацій та здобуття умінь з оцінки доцільності державного втручання, обсягів, методів та інструментів регулювання.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Ринки товарів та ресурсів» є:

- набуття професійної компетентності у розумінні основних категорій дисципліни, ключових трендів та закономірностей розвитку сучасних ринків товарів та ресурсів, а також основних напрямів та інструментів державної галузевої політики;

- вироблення практичних навичок застосування системи показників для оцінки висоти бар’єрів входу та виходу, рівня концентрації та монополізації конкретних ринків товарів та ресурсів;

- оволодіння вміннями критичного осмислення проблем розвитку ринків товарів і ресурсів та їх регулювання.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути таких результатів навчання (знання, уміння тощо) та компетентностей:

|  |  |
| --- | --- |
| Результати навчання та компетентності відповідно до Стандарту вищої освіти | Методи і контрольні заходи |
| **Результати навчання** | |
| ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. | Методи навчання: словесні, наочні, аналітичні, репродуктивні та продуктивні  Контрольні заходи:  - тестування;  - бліц-опитування;  - контрольні роботи за теоретичними питаннями;  - практичні завдання;  - групова робота на практичному занятті. |
| ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях. |
| ЗК 5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. |
| ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. |
| ЗК 7. Здатність працювати в команді. |
| ЗК 10. Здатність діяти відповідально та свідомо. |
| СК 1. Критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності. | Методи навчання: словесні, наочні, аналітичні, репродуктивні та продуктивні  Контрольні заходи:  - тестування;  - бліц-опитування;  - контрольні роботи за теоретичними питаннями;  - практичні завдання;  - групова робота на практичному занятті. |
| СК 5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності. |
| СК 7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур. |
| СК 10. Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків. |
| **Компетентності** | |
| ПРН 1. Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях. | Методи навчання: словесні, наочні, аналітичні, репродуктивні та продуктивні  Контрольні заходи:  - тестування;  - контрольні роботи;  - практичні завдання;  - групова робота на практичному занятті. |
| ПРН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності. |
| ПРН 6. Вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягати професійних цілей. | Методи навчання: наочні, аналітичні, репродуктивні та продуктивні  Контрольні заходи:  - бліц-опитування;  - групова робота на практичному занятті. |
| ПРН 11. Демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці. | Методи навчання: словесні, наочні, аналітичні, репродуктивні та продуктивні  Контрольні заходи:  - тестування;  - бліц-опитування;  - контрольні роботи за теоретичними питаннями;  - практичні завдання;  - групова робота на практичному занятті. |
| ПРН 12. Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур. |
| ПРН 15. Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів. |
| ПРН 17. Вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і розв’язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів. |

**Міждисциплінарні зв’язки.**

Тематично курс «Ринки товарів та ресурсів» пов'язаний з такими дисциплінами: «Основи підприємницької діяльності», «Вища математика», «Організація торгівлі», «Основи біржової діяльності», «Інформаційні системи та технології в підприємництві та біржовій діяльності».

**3. Програма навчальної дисципліни**

### **Змістовий модуль 1.** **Методологія дослідження галузевих структур. Класифікація та ознаки галузевих ринків. Аналіз конкурентного середовища на товарних ринках. Економічна ефективність та державне регулювання галузевих ринків.**

**Тема 1.** Методологія дослідження галузевих структур

Формування теоретико-методологічних засад дослідження галузевих ринків. Визначення сутності терміну «теорія галузевих ринків». Етапи розвитку теорії галузевих ринків та їх характеристика. Погляди представників класичної школи політичної економії на галузеві ринки. Дослідження ринків та фірм на основі дедуктивного та емпіричного аналізу. Гарвардська та чиказька наукові школи. Сучасні теорії галузевих ринків.

Еволюція методологічних підходів до аналізу економіки галузевих ринкових відносин. Теоретико-методологічні підходи до аналізу галузевих ринків ХІХ–ХХ ст. Гарвардська школа. Чиказька школа. Неоавстрійська школа. Інституційний напрям. Теорія стратегічної поведінки, олігополії. Теорія природи фірм. Теорія п'яти сил конкуренції. Теорія змагальних ринків. Теорія нової міжнародної економіки.

Предмет дослідження та завдання аналізу галузевих ринків. Визначення сутності терміну «галузеві ринки». Проблеми дослідження галузевих ринків. Предмет дослідження галузевих ринків. Головні завдання аналізу галузевих ринків. Об’єкти та суб’єкти аналізу галузевих ринків.

**Тема 2.** Класифікація та ознаки галузевих ринків

Класифікація галузевих ринків. Ознаки та види класифікації галузевих ринків. Класифікація видів економічної діяльності. Класифікація продукції. Міжнародні статистичні класифікації видів діяльності та товарів (ISIC, СРС, HS, SITC). Статистичні класифікацій ЄС (NACE, СРА, PRODCOM, CN). Статистичні класифікації України (КВЕД, СКП, ППП, УКТЗЕД).

Типи та головні ознаки структури галузевих ринків. Характеристика структури галузевого ринку. Показники оцінки структури галузевого ринку. Класифікація ринку пропозиції. Класифікація ринку попиту та пропозиції. Взаємозв'язки між ринковою структурою та прибутковістю. Ознаки структури галузі.

Кон'юнктура ринків як об'єкт економічного аналізу. Сутність терміну «кон’юнктура ринку». Ознаки ринкової ситуації. Інструменти виміру й оцінки кон'юнктури ринку. Система індикаторів та показників кон'юнктури ринку. Процес дослідження кон'юнктури товарних ринків.

**Тема 3.** Аналіз конкурентного середовища на товарних ринках

Визначення товарних меж ринку. Складові аналізу та оцінки стану конкурентного середовища на товарних ринках. Корисність товару як інтегральна його властивість. Продуктові межі ринку. Ознаки взаємозамінних товарів. Територіальні (географічні) межі ринку. Суб'єкти товарного ринку.

Показники концентрації господарюючих суб'єктів на ринку. Сутність терміну «місткість ринку» та її ознаки. Головні параметри для визначення рівня ринкової концентрації. Головні показники концентрації продавців на ринку (індекс концентрації, коефіцієнт відносної концентрації, індекс Херфіндаля—Хіршмана, Індекс Холла – Тайдмана (Розенблюта), коефіцієнт Лінда, коефіцієнт Джині.

Монопольна влада та її оцінка. Сутність монопольної влади на ринку. Результати здійснення монопольної влади. Коефіцієнти оцінки поведінки фірм на ринку та монопольної влади (Бейна, Тобіна, Папандреу).

**Тема 4.** Економічна ефективність та державне регулювання галузевих ринків

Ефективність галузевих ринків. Ознаки стану довгострокової рівноваги фірми. Політичні аргументи на користь конкуренції. Недоліки монополізації ринків. Модель рівноваги фірми на ринку чистої монополії.

Теорії регулювання. Етапи розвитку теорії, що пов'язана з необхідністю та наслідками державного регулювання галузевих ринків. Теорією регулювання в інтересах суспільства. Нормативний аналіз як позитивна теорія. Теорія захоплення. Економічна теорія регулювання.

Галузева політика та її типи. Сутність галузевої політики. Головна мета та завдання галузевої політики. Основні принципи системи державного регулювання галузевих ринків. Напрями галузевої політики. Етапи формування та реалізації державної галузевої політики. Методи виміру наслідків державної галузевої політики. Стратегічна та тактична галузеві політики. Інструменти регулювання галузевої політики та їх характеристика.

Антимонопольне регулювання. Сутність антимонопольної політики. Мета проведення антимонопольної політики. Антимонопольні інструменти та їх характеристика. Незаконна поведінка фірм.

### **Змістовий модуль 2. Фактори, що визначають структуру ринків.** **Процес злиття та поглинань на ринках.**

**Тема 5.** Фактори, що визначають структуру ринків

Класична та неокласична теорія фірми. Теоретичні підходи до визначення розміру фірм. Складові класичної та неокласичної (технологічної) концепції фірми. Межі фірми. Одно- та багато продуктові фірми. Одно- та багато заводські фірми. Вертикальні та горизонтальні межі фірм.

Інституціональна теорія фірми. Сутність та головні складові інституціональної (контрактної) теорії фірми. Трансакційні витрати та витрати контролю фірми.

Стратегічні концепції фірми. Сутність та складові стратегічної теорії фірми. Альтернативні концепції фірми.

Стохастичні фактори впливу на структуру ринку. Головна ідея стохастичного підходу. Базові складові успішної діяльності фірми. Сутність стохастичного аналізу.

**Тема 6.** Процес злиття та поглинань на ринках

Загальні характеристика процесів злиття та поглинання. Сутність злиття та поглинання. Класифікація процесів злиття та поглинання. Історична хронологія розвитку процесів злиття та поглинання у світовій економіці і характеристика її етапів. Ключові фактори сприяння процесам злиття і поглинання.

Мотиви та наслідки злиття. Мотиви злиття. Мотиви для фірм, які поглинаються. Переваги процесу злиття порівняно зі створенням нової фірми. Види поглинання та їх характеристика. Синергетичний ефект процесів злиття та поглинання.

Державний контроль за процесами злиття та поглинання. Історія появу та розвитку державного контролю за процесами злиття та поглинання. Особливості державного регулювання галузевих структур економіки США. Особливості державного регулювання галузевих структур економік Західної Європи. Особливості державного регулювання галузевих структур економіки України.

***Змістовий модуль 3.******Бар'єри входження фірм на ринки.******Стратегічна конкуренція фірм***

**Тема 7.** Бар'єри входження фірм на ринки

Природа, визначення та класифікація бар'єрів. Сутність бар’єрів входження фірм на ринки. Основні перешкоди для проникнення на ринок нових конкурентів. Класифікація бар’єрів входження фірм на ринки. Умови існування квазіконкурентних (змагальних) ринків.

Нестратегічні бар'єри. Сутність нестратегічних бар'єрів. Класифікація нестратегічних бар'єрів.

Стратегічні бар'єри. Сутність стратегічних бар'єрів. Класифікація стратегічних бар'єрів.

Показники оцінки бар'єрів. Індекс MES. Кількість фірм, що відповідно до ринкового попиту можуть працювати на ринку. Норма входження фірм на галузевий ринок. Норми проникнення нових фірм на галузевий ринок. Час досягнення нових фірм розмірів діючих на галузевих ринках. Норма виходу з галузевого ринку. Норма виживання на галузевому ринку.

**Тема 8.** Стратегічна конкуренція фірм

Стратегії конкурентної поведінки фірм. Сутність стратегії фірми. Види стратегії фірми (корпоративна та конкурентна). Види корпоративної стратегії фірми та їх характеристика. Альтернативні стратегії щодо зростання. Альтернативи базової стратегії стабілізації. Альтернативи базової стратегії виживання (скорочення). Типи конкурентних стратегій фірми та їх характеристика.

Цінові стратегії протидії входженню. Стратегії високих, низьких та середніх цін і їх характеристика. Стратегії диференційованих, пільгових і дискримінаційних цін та їх характеристика.

Нецінові стратегії протидії входженню. Види нецінових стратегій конкуренції та їх характеристика.

***Змістовий модуль 4.******Цінова дискримінація. Диференціація продукції***

**Тема 9.** Цінова дискримінація

Сутність та види цінової дискримінації. Сутність цінової дискримінації на галузевих ринках. Умови здійснення цінової дискримінації. Фактори цінової дискримінації. Класифікація видів цінової дискримінації. Ступені цінової дискримінації та їх характеристика. Головні групи цінової дискримінації. Типи індивідуальної дискримінації. Типи групової дискримінації. Типи продуктової дискримінації.

Практика використання цінової дискримінації. Практичні види цінової дискримінації та їх характеристика для споживчих і виробничих товарів. Практика реалізації ступенів цінової дискримінації.

Наслідки застосування цінової дискримінації на добробут та її регулювання. Вплив цінової дискримінації на розподіл доходів. Особливості цінової дискримінації на ринках товарів і послуг України.

**Тема 10.** Диференціація продукції

Сутність, типи та моделі продуктової диференціації, її вплив на структуру ринку. Сутність диференціації товару. Способи вимірювання диференціації продукту на ринку. Обставини диференціації продукту. Горизонтальна та вертикальна диференціація товару. Фактори впливу на вибір споживача. Дійсна та штучна диференціація або неоднорідність продукції.

Роль реклами в диференціації продукту та конкуренції на ринку. Сутність реклами. Головні функції реклами. Цілі реклами. П’ять форм реклами та їх характеристика. Види рекламних повідомлень та їх характеристика.

***Змістовий модуль 5.******Стратегічна взаємодія фірм на ринку. Ринки природної монополії.***

**Тема 11.** Стратегічна взаємодія фірм на ринку

Моделі взаємної гри. Сутність олігополії. Критерій віднесення певної галузі до ринку олігополії. Сутність теорії ігор та її засновники. Предмет та стратегічна форма теорії ігор. Види моделей олігополії за структурою екзогенних та ендогенних змінних. Модель Курно. Модель Чемберліна. Модель Бертрана. Модель Еджуорта.

Моделі послідовної гри. Сутність моделі послідовної гри. Модель фон Штакельберга. Лідерство фірми в галузі та його форми і види у моделі послідовної гри.

Теорія змови. Види змови між підприємствами та їх характеристика. Картелі та їх характеристика. Фактори, що сприяють укладанню угод «змови».

**Тема 12.** Ринки природної монополії

Сутність та головні ознаки ринків природної монополії. Сутність ринку природної монополії. Ознаки ринку природної монополії. Технологічна причина існування природних монополій. Постійні та тимчасові природні монополії.

Регулювання ринку природної монополії. Методи встановлення цін в умовах природної монополії та їх характеристика.

Регулювання природних монополій в Україні. Законодавче трактування сутності терміну «природна монополія» в Україні. Ринки природної монополії в Україні. Суб'єкти природних монополій. Суміжні ринки природних монополій. Національна комісія з регулювання діяльності суб'єктів природних монополій та її завдання і права.

***Змістовий модуль 6.******Влада покупця та вертикальна інтеграція.******Структура ринку, патенти та технологічні інновації.***

**Тема 13.** Влада покупця та вертикальна інтеграція

Вертикальна інтеграція та її характеристика. Сутність вертикальної інтеграції. Види та форми вертикальної інтеграції. Причини існування вертикально об'єднаних структур в залежності від теорії фірм (неокласична, інституційна). Спонукальні мотиви вертикальної інтеграції. Позитивні наслідки вертикальної інтеграції. Способи вертикальних контрактів та їх характеристика. Поширені в Україні організаційні форми вертикальної інтеграції. Фактори, що зумовлюють інтеграцію на українських галузевих ринках.

Вертикальні обмеження та їх характеристика. Сутність вертикальних обмежень. Види вертикальних обмежень та їх характеристика. Система франчайзингу, як особлива форма вертикальних обмежень. Давальництво, як особлива форма вертикальних обмежень. Альтернативні форми розрахунку, як специфічна формою вертикальних обмежень.

Негативні наслідки вертикальних відносин. Негативні сторони вертикальної інтеграції та їх характеристика.

**Тема 14.** Структура ринку, патенти та технологічні інновації

Дослідження інновацій у теорії галузевих ринків та їх характеристика. Історичні аспекти розвитку теорії інновацій (Й. Шумпетер, Ф. фон Хайєк, Д. Норт, П. Друкер). Модель Р. Солоу. Нова теорія зростання П. Ромера і Р. Лукаса. Порівняння оптимізаційної та інноваційної моделей фірми. Визначення сутності терміну «інновація». Нові технології, наукоємна продукція, високотехнологічна продукція. Ознаки інновації, як економічної категорії. Класифікація інновацій. Чинники впливу на продуктивність інновацій. Переваги великих компаній у підтримці досліджень та інновацій. Недоліки великих фірм щодо інновацій.

Інноваційний процес та його характеристика. Сутність інноваційного процесу. Типи інноваційного процесу та їх характеристика. Дифузія інновацій. Форми трансферту інновацій на світових ринках.

**4. Структура навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Змістовий модуль | Усього  годин | Аудиторні (контактні) години | | | | | Самостійна робота, год | | Система накопичення балів | | |
| Усього  годин | Лекційні  заняття, год. | | Практичні заняття, год. | | о/д ф. | з/дист  ф. | Теор.  зав-ня,  к-ть балів | Практ.  зав-ня,  к-ть балів | Усього балів |
| о/дф. | з/дист  ф. | о/д ф. | з/дист  ф. |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| 1 | 15 | 12/3 | 8 | 2 | 4 | 1 | 3 | 12 | 8 | 8 | 16 |
| 2 | 15 | 6/2 | 4 | 1 | 2 | 1 | 9 | 13 | 4 | 4 | 8 |
| 3 | 15 | 6/1 | 4 | 1 | 2 | - | 9 | 14 | 4 | 4 | 8 |
| 4 | 15 | 6/3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 9 | 12 | 4 | 4 | 8 |
| 5 | 15 | 6/2 | 4 | 1 | 2 | 1 | 9 | 13 | 4 | 4 | 8 |
| 6 | 15 | 6/1 | 4 | 1 | 2 | - | 9 | 14 | 6 | 6 | 12 |
| Усього за змістові модулі | 90 | 42/12 | 28 | 8 | 14 | 4 | 48 | 78 | 30 | 30 | 60 |
| Підсумковий семестровий контроль  **екзамен** | 30 |  |  |  |  |  | 30 | 30 | 20 | 20 | 40 |
| Загалом | **120** | | | | | | **78** | **108** | **100** | | |

**5. Теми лекційних занять**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № змістового  модуля | Назва теми | Кількість  годин | |
| о/д  ф. | з/дист  ф. |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| 1 | Тема 1. Методологія дослідження галузевих структур | 2 | 0,5 |
| 1 | Тема 2. Класифікація та ознаки галузевих ринків | 2 | 0,5 |
| 1 | Тема 3.Аналіз конкурентного середовища на товарних ринках | 2 | 0,5 |
| 1 | Тема 4. Економічна ефективність та державне регулювання галузевих ринків | 2 | 0,5 |
| 2 | Тема 5. Фактори, що визначають структуру ринків | 2 | 0,5 |
| 2 | Тема 6. Процес злиття та поглинань на ринках | 2 | 0,5 |
| 3 | Тема 7. Бар'єри входження фірм на ринки | 2 | 0,5 |
| 3 | Тема 8. Стратегічна конкуренція фірм | 2 | 0,5 |
| 4 | Тема 9. Цінова дискримінація | 2 | 1 |
| 4 | Тема 10. Диференціація продукції | 2 | 1 |
| 5 | Тема 11. Стратегічна взаємодія фірм на ринку | 2 | 0,5 |
| 5 | Тема 12. Ринки природної монополії | 2 | 0,5 |
| 6 | Тема 13. Влада покупця та вертикальна інтеграція | 2 | 0,5 |
| 6 | Тема 14. Структура ринку, патенти та технологічні інновації | 2 | 0,5 |
| Разом | | 28 | 8 |

**6. Теми практичних занять**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № змістового  модуля | | Назва теми | Кількість  годин | |
| о/д  ф. | з/дист  ф. |
| **1** | | **2** | **3** | **4** |
| 1 | Тема 1. Методологія дослідження галузевих структур | | 1 | - |
| 1 | Тема 2. Класифікація та ознаки галузевих ринків | | 1 | - |
| 1 | Тема 3. Аналіз конкурентного середовища на товарних ринках | | 1 | 0,5 |
| 1 | Тема 4. Економічна ефективність та державне регулювання галузевих ринків | | 1 | 0,5 |
| 2 | Тема 5. Фактори, що визначають структуру ринків | | 1 | 0,5 |
| 2 | Тема 6. Процес злиття та поглинань на ринках | | 1 | 0,5 |
| 3 | Тема 7. Бар'єри входження фірм на ринки | | 1 | - |
| 3 | Тема 8. Стратегічна конкуренція фірм | | 1 | - |
| 4 | Тема 9. Цінова дискримінація | | 1 | 0,5 |
| 4 | Тема 10. Диференціація продукції | | 1 | 0,5 |
| 5 | Тема 11. Стратегічна взаємодія фірм на ринку | | 1 | 0,5 |
| 5 | Тема 12. Ринки природної монополії | | 1 | 0,5 |
| 6 | Тема 13. Влада покупця та вертикальна інтеграція | | 1 | - |
| 6 | Тема 14. Структура ринку, патенти та технологічні інновації | | 1 | - |
| Разом | | | 14 | 4 |

**7. Види і зміст поточних контрольних заходів**

Зміст та методичні рекомендації до виконання оформлення завдань містяться:

1)на сторінці курсу в Moodle https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7629

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № ЗМ | Види поточних контрольних заходів | Зміст поточного контрольного заходу | Критерії оцінювання\* | Усього балів |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| 1 | Тестування у системі Moodle | Проходження он-лайн тесту в системі Moodle (тести 1, 2, 3, 4)  Питання для підготовки:  1. Вкажіть, скільки етапів розвитку теорії галузевих ринків виділяють:  2. Вкажіть строки третього етапу розвитку теорії галузевих ринків:  3. На якому етапі розвитку теорії галузевих ринків отримала розвиток та функціонувала чиказька школа:  4. На якому етапі розвитку теорії галузевих ринків отримали розвиток та функціонували теоретико-дедуктивний та емпіричний напрямки:  5. Вкажіть, яка наукова школа не існувала в межах розробки теоретико – методичних підходів до аналізу галузевих ринків у ХІХ-ХХ ст.:  6. Вкажіть, якої наукової теорії не існувало в межах розробки теоретико – методичних підходів до аналізу галузевих ринків у ХІХ-ХХ ст.:  7. Вкажіть, в межах якої наукової теорії аналіз галузі відбувався на основі дослідження чинників конкуренції:  8. Дайте визначення, галузеві ринки – це:  9. Дайте визначення, теорія галузевих ринків – це:  10. Вкажіть, кого не відносять до суб’єктів аналізу галузевих ринків:  11. Вкажіть, за привабливістю щодо інвестицій відрізняють такі види ринків:  12. Вкажіть, за стадіями зрілості попиту відрізняють такі види ринків:  13. Вкажіть, за рівнем конкуренції відрізняють такі види ринків:  14. Вкажіть, яка статистична класифікація видів діяльності та товарів не відноситься до міжнародних:  15. Вкажіть, яка статистична класифікація видів діяльності та товарів не відноситься до класифікацій ЄС:  16. Вкажіть, яка статистична класифікація видів діяльності та товарів не відноситься до класифікацій України:  17. Вкажіть, як називається ринок з багатьма продавцями диференційованих продуктів:  18. Вкажіть, як називається ринок з декількома продавцями та декількома покупцями:  19. Вкажіть, що не відноситься до ознак характеристики ринкової ситуації:  20. Вкажіть, що не відноситься до кон'юнктурних показників та індикаторів:  21. Вкажіть, за якою складовою не проводять аналіз та оцінку стану конкурентного середовища на товарних ринках:  22. Вкажіть, яка з характеристик не відноситься до опису корисності товару:  23. Вкажіть, на скільки відсотків повинна бути вище ціна на певній території від ціни товару на даній території, щоб говорити про географічну межу товарного ринку:  24. Вкажіть, який фактор не аналізують при визначенні географічних меж товарного ринку:  25. Вкажіть, для чого не визначається місткість ринку:  26. Вкажіть, якого головного показника концентрації продавців на ринку не існує:  27. Вкажіть, яке значення індексу концентрації вказує на те, що ринок слабо концентрований:  28. Вкажіть, яке значення індексу Холла-Тайдмана вказує на те, що ринок монопольний:  29. Вкажіть, яке значення коефіцієнту відносної концентрації вказує на те, що ринок висококонцентрований:  30. Вкажіть, який коефіцієнт (індекс) не використовують для оцінки поведінки фірм на ринку та монопольної влади:  31. Вкажіть правильні умови існування ринку чистої монополії:  32. Дайте відповідь, скільки етапів розвитку теорії регулювання виділяють:  33. Вкажіть, якої теорії регулювання не існує:  34. Вкажіть, якого завдання галузевої політики не існує:  35. Вкажіть, якого основного принципу системи державного регулювання галузевих ринків не існує:  36. Вкажіть, якого напряму галузевої політики за часом дії не існує:  37. Вкажіть, якого напряму галузевої політики за політичною та соціально-економічною значущістю не існує:  38. Назвіть, що не відноситься до інструментів впливу уряду на галузеві ринки:  39. Вкажіть, до якого з інструментів впливу уряду на галузеві ринки відносяться податкові пільги:  40. Вкажіть всі напрямки регулювання антимонопольного законодавства: | Тестове питання оцінюється максимально в 0,1 бала. Загалом передбачено виконання 40 завдань:  − 0,1 бала за правильну відповідь;  − 0 балів – неправильна відповідь. | **4** |
| Бліц-опитування | За матеріалами теоретичних тем 1, 2, 3, 4 (див. програму навчальної дисципліни, змістовний модуль 1) | Опитування за теоретичним матеріалом курсу оцінюється в 2 бали за одне питання (кожному студенту задається два питання за матеріалами теоретичних тем 1, 2, 3, 4). На підготовку відповіді дається не більше десяти секунд):  − 2 бали − відповідь правильна, повна, чітка та логічна;  − 1 бал − відповідь правильна, однак недостатньо повна, з деякими недоліками та з допомогою уточнюючих питань;  − 0 балів − відповідь неправильна або відсутня. | **4** |
| Практичне завдання: розрахунок Індексу концентрації | Використовуючи матеріали теоретичної теми 3 зробити розрахунок Індексу концентрації по трьом національним ринкам та зробити висновки. Завдання виконується окремо кожним студентом. | Виконання практичного завдання:  − 4 бали − завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на високому рівні, є власні висновки;  − 3 бали −завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні;  - 2 бали - завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  − 1 бал − завдання виконано менше ніж на половину, наявні помилки та відсутні висновки.  − 0 балів − завдання не виконано. | **4** |
| Групова робота на практичному занятті | Використовуючи матеріали теоретичної теми 2 надати характеристику трьом національним ринкам на вибір. У групі разом працюють 4-5 студентів, що складають план роботи та презентують отримані результати. | Виконання групової роботи на практичному занятті:  - 4 бали - завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на високому рівні, є власні висновки та презентація;  - 3 бали - завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні, є або висновки, або презентація;  - 2 бали - завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  - 1 бал - завдання виконано менше ніж на половину, наявні помилки та недоопрацювання.  - 0 балів - завдання не виконано. | **4** |
| **Усього за ЗМ 1** | **4** |  |  | **16** |
| 2 | Тестування у системі Moodle | Проходження он-лайн тесту в системі Moodle (тести 5 та 6)  Питання для підготовки:  1. Дайте відповідь, скільки виділяють наукових підходів до пояснення існування різних за розмірами фірм на галузевих ринках:  2. Вкажіть відповідь, де наведено всі наукові підходи до пояснення існування різних за розмірами фірм на галузевих ринках:  3. Вкажіть, якої теорії фірм не існує:  4. Вкажіть, що не відноситься до характерних ознак фірми згідно з класичною теорією:  5. Вкажіть відповідь, де наведено всі види технологічних меж фірми:  6. Вкажіть, який напрямок аналізу ефекту масштабу на фірмі не існує:  7. Вкажіть відповідь де наведено всі типи витрат фірми згідно інституціональною (інституційною) теорією:  8. Вкажіть, що не відноситься до зовнішніх факторі впливу на фірму:  9. Вкажіть, що не відноситься до внутрішніх факторі впливу на фірму:  10. Вкажіть, що не відноситься до складових успішної діяльності фірми згідно стохастичного підходу:  11. Дайте визначення, злиття це:  12. Дайте визначення, поглинання це:  13. Вкажіть, які види злиття або поглинання виділяють в залежності від ставлення управлінського персоналу фірм до таких угод:  14. Вкажіть, які види злиття або поглинання виділяють в залежності від способу поєднання потенціалу фірм, що зливаються:  15. Вкажіть, які види злиття або поглинання виділяють в залежності від мотивації процесів поглинання:  16. Дайте відповідь, скільки історичних хвиль процесів злиття фірм виділяють:  17. Дайте відповідь, яка з історичних хвиль процесів злиття фірм відбувалась у 80-ті роки ХХ ст.:  18. Вкажіть, що з переліченого не відноситься до ключових факторів сприяння процесам злиття і поглинання:  19. Вкажіть, якого мотиву злиття фірм не існує:  20. Вкажіть, яку частку ринку повинна займати фірма на ринку в Україні, щоб її положення на ринку визнали монопольним (домінуючим): | Тестове питання оцінюється максимально в 0,2 бала. Загалом передбачено виконання 20 завдань:  − 0,2 бала за правильну відповідь;  − 0 балів – неправильна відповідь. | **4** |
|  |
| Практичне завдання: SWOT – аналіз ринку товарів або ресурсів в Україні | Зробіть SWOT – аналіз одного ринку товарів або ресурсів в Україні та сформулюйте висновки. Завдання виконується окремо кожним студентом. | Виконання практичного завдання:  - 4 бали - завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на високому рівні, є власні висновки;  - 3 бали - завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні;  - 2 бали - завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  - 1 бал - завдання виконано менше ніж на половину, наявні помилки та відсутні висновки.  - 0 балів - завдання не виконано. | **4** |
| **Усього за ЗМ 2** | **2** |  |  | **8** |
| 3 | Контрольна робота за матеріалами теоретичних тем зі змістових модулів 1, 2, 3 | Повна письмова відповідь на два питання з наведеного переліку питань:  1. Формування теоретико-методологічних засад дослідження галузевих ринків.  2. Еволюція методологічних підходів до аналізу економіки галузевих ринкових відносин.  3. Предмет дослідження та завдання аналізу галузевих ринків.  4. Класифікація галузевих ринків.  5. Типи та головні ознаки структури галузевих ринків.  6. Кон'юнктура ринків як об'єкт економічного аналізу.  7. Визначення товарних меж ринку.  8. Показники концентрації господарюючих суб'єктів на ринку.  9. Монопольна влада та її оцінка.  10. Ефективність галузевих ринків.  11. Теорії регулювання.  12. Галузева політика та її типи.  13. Антимонопольне регулювання.  14. Класична та неокласична теорія фірми.  15. Інституціональна теорія фірми.  16. Стратегічні концепції фірми.  17. Стохастичні фактори впливу на структуру ринку.  18. Загальна характеристика процесів злиття та поглинання.  19. Мотиви та наслідки злиття.  20. Державний контроль за процесами злиття та поглинання.  21. Природа, визначення та класифікація бар'єрів.  22. Нестратегічні бар'єри.  23. Стратегічні бар'єри.  24. Показники оцінки бар'єрів.  25. Стратегії конкурентної поведінки фірм.  26. Цінові стратегії протидії входженню.  27. Нецінові стратегії протидії входженню. | Відповіді на теоретичні питання:  − 2 бали − відповідь є повною та грунтовною;  − 1 бал − відповідь є частковою та розкриває тільки частину питання;  − 0 балів − відповідь відсутня або є не правильною. | **4** |
| Практичне завдання: розрахувати показники оцінки бар’єрів. | Використовуючи матеріали теоретичної теми 7 розрахуйте показники оцінки бар’єрів на одному національному ринку товарів або ресурсів. Завдання виконується окремо кожним студентом. Необхідно розрахувати шість показників:  - індекс MES;  - зворотній індекс MES;  - норма входження фірм на ринок (Квх);  - норма проникнення нових фірм на ринок (Кпр);  - норма виходу (Квих);  - норма виживання (Квиж). | Виконання практичного завдання:  - 4 бали - завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на високому рівні, є власні висновки;  - 3 бали - завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні;  - 2 бали - завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  - 1 бал - завдання виконано менше ніж на половину, наявні помилки та відсутні висновки.  - 0 балів - завдання не виконано. | **4** |
| **Усього за ЗМ 3** | **2** |  |  | **8** |
| **4** | Тестування у системі Moodle | Проходження он-лайн тесту в системі Moodle (тести 9, 10)  Питання для підготовки:  1. Вкажіть, якого виду цінової дискримінації не існує:  2. Дайте відповідь, скільки ступенів цінової дискримінації виділяють:  3. Вкажіть, до якого ступеня цінової дискримінації відносять ситуацію, коли ціни на продукцію однакові для всіх споживачів, але розрізняються залежно від обсягу покупки:  4. Вкажіть, якої головної групи цінової дискримінації не існує:  5. Вкажіть, якого типу індивідуальної цінової дискримінації не існує:  6. Вкажіть, якого типу групової цінової дискримінації не існує:  7. Вкажіть, якого типу продуктової цінової дискримінації не існує:  8. Вкажіть, яких практичних видів цінової дискримінації для споживчих товарів не існує:  9. Вкажіть, яких практичних видів цінової дискримінації для виробничих товарів не існує:  10. Вкажіть, що з переліченого не відноситься до способів реалізації цінової дискримінації третього ступеня:  11. Дайте визначення, диференціація товару – це:  12. Дайте визначення, горизонтальна диференціація товару – це:  13. Дайте визначення, вертикальна диференціація товару – це:  14. Дайте визначення, штучна диференціація товару – це:  15. Вкажіть, якого способу вимірювання диференціації продукту на ринку не існує:  16. Вкажіть, якої головної функції реклами не існує:  17. Вкажіть, якої цілі реклами не існує:  18. Дайте відповідь, скільки форм реклами розрізняють у маркетингу:  19. Вкажіть, якої форми реклами не існує:  20. Вкажіть, якого виду рекламних повідомлень не існує: | Тестове питання оцінюється максимально в 0,1 бала. Загалом передбачено виконання 20 завдань:  − 0,1 бала за правильну відповідь;  − 0 балів – неправильна відповідь. | **2** |
| Бліц-опитування | За матеріалами теоретичних тем 9 та 10 (див. програму навчальної дисципліни, змістовний модуль 4) | Опитування за теоретичним матеріалом курсу оцінюється в 2 бали за одне питання (кожному студенту задається одне питання за матеріалами теоретичних тем 9 та 10; на підготовку відповіді дається не більше десяти секунд):  − 2 бали − відповідь правильна, повна, чітка та логічна;  − 1 бал − відповідь правильна, однак недостатньо повна, з деякими недоліками та з допомогою уточнюючих питань;  − 0 балів − відповідь неправильна або відсутня. | **2** |
| Групова робота на практичному занятті | Підготувати рекламу для переконання за одним з напрямів:  - місто Запоріжжя город для молоді;  - місто Запоріжжя город для бізнесу;  - місто Запоріжжя город для відпочинку;  - місто Запоріжжя город для іноземних туристів.  У групі разом працюють 4-5 студентів, що визначають подання реклами, сюжет, зміст рекламного повідомлення, тривалість повідомлення та презентують отримані результати. | Виконання групової роботи на практичному занятті:  - 4 бали - завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на високому рівні, є власні висновки та презентація;  - 3 бали - завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні, є або висновки, або презентація;  - 2 бали - завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  - 1 бал - завдання виконано менше ніж на половину, наявні помилки та недоопрацювання.  - 0 балів - завдання не виконано. | **4** |
| **Усього за ЗМ 4** | **3** |  |  | **8** |
| **5** | Тестування у системі Moodle | Проходження он-лайн тесту в системі Moodle (тести 11 та 12)  Питання для підготовки:  1. Дайте відповідь, у якому сторіччі розпочалась розробка теорії олігополії:  2. Вкажіть правильний рік початку дослідження олігополії на основі теорії гри:  3. Вкажіть відповідь де перелічено всі види гри з погляду платіжної суми:  4. Вкажіть відповідь де перелічено всі види гри за характером попередньої домовленості:  5. Вкажіть відповідь де перелічено всі види гри за структурою екзогенних та ендогенних змінних:  6. Вкажіть, хто перший запропонував модель олігополії для двох підприємств (дуополія):  7. Вкажіть, хто перший запропонував модуль олігополії для двох підприємств (дуополія), в якій за стратегічну змінну бралась ціна:  8. Вкажіть, скільки форм лідерства в цінах розрізняють:  9. Вкажіть, якої форми лідерства в цінах не існує:  10. Вкажіть, якого виду змов між підприємствами не існує:  11. Дайте відповідь, скільки існує методів вирішення проблеми встановлення ціни в умовах природної монополії:  12. Вкажіть, якого методу вирішення проблеми встановлення ціни в умовах природної монополії не існує:  13. Вкажіть, який метод використовується, коли потенційна потужність монополії не надто велика:  14. Вкажіть, який метод передбачає пошук такої ціни, за якою фірма буде працювати й використовуватися в інтересах суспільства:  15. Вкажіть, на яких ринках України не діють суб’єкти природних монополій:  16. Вкажіть, що не відноситься до суміжних товарних ринків:  17. Вкажіть, що не підлягає регулюванню відповідно до закону України «Про природні монополії»:  18. Вкажіть, що не відноситься до основних завдань національних комісій із регулювання суб'єктів природних монополій:  19. Вкажіть, що не відноситься до функцій національних комісій із регулювання суб'єктів природних монополій:  20. Вкажіть, якого права не мають національні комісії із регулювання суб'єктів природних монополій: | Тестове питання оцінюється максимально в 0,1 бала. Загалом передбачено виконання 20 завдань:  − 0,1 бала за правильну відповідь;  − 0 балів – неправильна відповідь. | 2 |
| Бліц-опитування | За матеріалами теоретичних тем 11 та 12 (див. програму навчальної дисципліни, змістовний модуль 5) | Опитування за теоретичним матеріалом курсу оцінюється в 2 бали за одне питання (кожному студенту задається одне питання за матеріалами теоретичних тем 11 та 12; на підготовку відповіді дається не більше десяти секунд):  − 2 бали − відповідь правильна, повна, чітка та логічна;  − 1 бал − відповідь правильна, однак недостатньо повна, з деякими недоліками та з допомогою уточнюючих питань;  − 0 балів − відповідь неправильна або відсутня. | 2 |
| Практичне завдання: надайте компаративну оцінку методам встановлення ціни в умовах природної монополії | Надайте компаративну оцінку методам встановлення ціни в умовах природної монополії. Докажіть на прикладах переваги та недоліки кожного з методів встановлення ціни в умовах природної монополії. Завдання виконується окремо кожним студентом. | Виконання практичного завдання:  - 4 бали - завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на високому рівні, є власні висновки;  - 3 бали - завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні;  - 2 бали - завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  - 1 бал - завдання виконано менше ніж на половину, наявні помилки та відсутні висновки.  - 0 балів - завдання не виконано. | 4 |
| **Усього за ЗМ 5** | **3** |  |  | **8** |
| **6** | Тестування у системі Moodle | Проходження он-лайн тесту в системі Moodle (тести 13 та 14)  Питання для підготовки:  1. Дайте відповідь, вертикальна інтеграція «вперед» це:  2. Дайте відповідь, вертикальна інтеграція «назад» це:  3. Вкажіть, скільки форм квазіінтеграції виокремлюють:  4. Вкажіть, що не відноситься до спонукальних мотивів вертикальної інтеграції:  5. Вкажіть, якого способу вертикальних контрактів не існує:  6. Вкажіть, що не відноситься до організаційних форм вертикальної інтеграції в Україні:  7. Дайте відповідь, скільки виділяють факторів, що зумовлюють інтеграцію на українських галузевих ринках:  8. Вкажіть, яких типів об’єднань в українських бізнес-групах не існує:  9. Вкажіть, що не відноситься до видів вертикальних обмежень:  10. Вкажіть, що не відноситься до альтернативних форм розрахунку:  11. Дайте відповідь, скільки виокремлюють поглядів щодо терміну «інновація»:  12. Вкажіть, що не відноситься до ознак характеристики інновації як економічної категорії:  13. Вкажіть, за якою ознакою класифікуються псевдо інновації:  14. Вкажіть, за якою ознакою класифікуються інновації, що є новими для фірми:  15. Вкажіть, за якою ознакою класифікуються стратегічні інновації:  16. Вкажіть, за якою ознакою класифікуються інновації, що розширюють:  17. Вкажіть, за якою ознакою класифікуються динамічні інновації:  18. Вкажіть, який чинник не впливає на продуктивність інновацій:  19. Дайте відповідь, скільки типів інноваційних процесів виділяють:  20. Вкажіть, що не відноситься до форм трансферту інновацій на світових ринках: | Тестове питання оцінюється максимально в 0,1 бала. Загалом передбачено виконання 20 завдань:  − 0,1 бала за правильну відповідь;  − 0 балів – неправильна відповідь. | **2** |
| Контрольна робота за матеріалами теоретичних тем зі змістових модулів 4-6. | Повна письмова відповідь на два питання з наведеного переліку питань:  1. Сутність та види цінової дискримінації.  2. Практика використання цінової дискримінації.  3. Наслідки застосування цінової дискримінації на добробут та її регулювання.  4. Сутність, типи та моделі продуктової диференціації, її вплив на структуру ринку.  5. Роль реклами в диференціації продукту та конкуренції на ринку.  6. Моделі взаємної гри.  7. Моделі послідовної гри.  8. Теорія змови.  9. Сутність та головні ознаки ринків природної монополії.  10. Регулювання ринку природної монополії.  11. Регулювання природних монополій в Україні.  12. Вертикальна інтеграція та її характеристика.  13. Вертикальні обмеження та їх характеристика.  14. Негативні наслідки вертикальних відносин.  15. Дослідження інновацій у теорії галузевих ринків та їх характеристика.  16. Інноваційний процес та його характеристика. | Відповіді на теоретичні питання:  − 2 бали − відповідь є повною та грунтовною;  − 1 бал − відповідь є частковою та розкриває тільки частину питання;  − 0 балів − відповідь відсутня або є не правильною. | **4** |
| Практичне завдання: компаративна оцінка організаційних форм вертикальної інтеграції в Україні | Проведіть компаративну оцінку організаційних форм вертикальної інтеграції в Україні. Докажіть на прикладах переваги та недоліки кожної з організаційних форм вертикальної інтеграції в Україні. Завдання виконується окремо кожним студентом. | Виконання практичного завдання:  - 4 бали - завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на високому рівні, є власні висновки та презентація;  - 3 бали - завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні, є або висновки, або презентація;  - 2 бали - завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;  - 1 бал - завдання виконано менше ніж на половину, наявні помилки та недоопрацювання.  - 0 балів - завдання не виконано. | **4** |
| Практична робота: порівняння оптимізаційної та інноваційної моделей фірми | Проведіть порівняння оптимізаційної та інноваційної моделей фірми на прикладі окремих українських підприємств. Завдання виконується окремо кожним студентом. | Виконання практичного завдання:  - 2 бали - порівняння є повним та ґрунтовним;  - 1 бал - порівняння є частковим та не розкриває всі характеристики фірм, що досліджуються;  - 0 балів – порівняння відсутнє або є не правильним. | **2** |
| **Усього за ЗМ 6** | **4** |  |  | **12** |
| **Усього за ЗМ** | **18** |  |  | **60** |

**8. Підсумковий семестровий контроль**

Зміст завдань містяться на сторінці курсу в Moodle https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7629

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Форма** | **Види підсумкових контрольних заходів** | **Зміст підсумкового контрольного заходу** | **Критерії оцінювання\*** | **Усього балів** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| **Екзамен** | Контрольне тестування | Проходження он-лайн тесту в системі Moodle:  1.Вкажіть, що не відноситься до основних перешкод для проникнення на ринок нових конкурентів:  2. Вкажіть відповідь, де перелічено всі види бар’єрів за характером утворення:  3. Дайте відповідь, скільки видів нестратегічних бар’єрів виділяють:  4. Вкажіть, якого виду нестратегічних бар’єрів не існує:  5. Вкажіть до якого виду нестратегічних бар’єрів відноситься місткість ринку:  6. Вкажіть, до якого виду корпоративної стратегії фірми відносять стратегію нижчого прядку «соціальна санація»:  7. Вкажіть, якого типу конкурентної стратегії фірми не існує:  8. Вкажіть, якого виду цінової стратегії фірми залежно від рівня цін не існує:  9. Вкажіть, якого виду цінової стратегії фірми залежно від типів ринків, їх сегментів і споживачів не існує:  10. Вкажіть, що не відноситься до нецінових стратегій конкуренції: | Тестовий контроль знань передбачає виконання залікового тесту в системі Moodle. Загальна кількість завдань в заліковому тесті 10, кожне питання оцінюється в 1 бал:  − 1 бал − правильна відповідь;  − 0 балів – неправильна відповідь. | **10** |
| Письмова відповідь на теоретичне питання | Надати розгорнуту відповідь на два запитання з переліку:  1. Формування теоретико-методологічних засад дослідження галузевих ринків.  2. Еволюція методологічних підходів до аналізу економіки галузевих ринкових відносин.  3. Предмет дослідження та завдання аналізу галузевих ринків.  4. Класифікація галузевих ринків.  5. Типи та головні ознаки структури галузевих ринків.  6. Кон'юнктура ринків як об'єкт економічного аналізу.  7. Визначення товарних меж ринку.  8. Показники концентрації господарюючих суб'єктів на ринку.  9. Монопольна влада та її оцінка.  10. Ефективність галузевих ринків.  11. Теорії регулювання.  12. Галузева політика та її типи.  13. Антимонопольне регулювання.  14. Класична та неокласична теорія фірми.  15. Інституціональна теорія фірми.  16. Стратегічні концепції фірми.  17. Стохастичні фактори впливу на структуру ринку.  18. Загальна характеристика процесів злиття та поглинання.  19. Мотиви та наслідки злиття.  20. Державний контроль за процесами злиття та поглинання.  21. Природа, визначення та класифікація бар'єрів.  22. Нестратегічні бар'єри.  23. Стратегічні бар'єри.  24. Показники оцінки бар'єрів.  25. Стратегії конкурентної поведінки фірм.  26. Цінові стратегії протидії входженню.  27. Нецінові стратегії протидії входженню.  28. Сутність та види цінової дискримінації.  29. Практика використання цінової дискримінації.  30. Наслідки застосування цінової дискримінації на добробут та її регулювання.  31. Сутність, типи та моделі продуктової диференціації, її вплив на структуру ринку.  32. Роль реклами в диференціації продукту та конкуренції на ринку.  33. Моделі взаємної гри.  34. Моделі послідовної гри.  35. Теорія змови.  36. Сутність та головні ознаки ринків природної монополії.  37. Регулювання ринку природної монополії.  38. Регулювання природних монополій в Україні.  39. Вертикальна інтеграція та її характеристика.  40. Вертикальні обмеження та їх характеристика.  41. Негативні наслідки вертикальних відносин.  42. Дослідження інновацій у теорії галузевих ринків та їх характеристика.  43. Інноваційний процес та його характеристика. | Відповідь на теоретичне питання – максимальна оцінка 5 балів:  − 5 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, подано приклади, зроблено власні висновки;  − 4 бали − відповідь неповна (до 80 % необхідного обсягу), матеріал викладено з незначними недоліками;  − 3 бали − відповідь неповна (до 50 % необхідного обсягу), матеріал викладено з незначними недоліками, відсутні приклади та власні висновки;  − 2 бали − відповіді не в повній мірі (до 30 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;  − 1 бал − відповіді не в повній мірі (до 10 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;  − 0 балів – відповідь відсутня або невірна. | **10** |
| Розв'язання задачі | За наданими статистичними даними щодо розвитку національного ринку товарів або ресурсів розрахуйте показники концентрації господарюючих суб'єктів на ринку та зробіть висновки. Необхідно зробити розрахунок таких показників:  - індекс концентрації;  - коефіцієнт відносної концентрації;  - індекс Херфіндаля—Хіршмана;  - індекс Холла – Тайдмана. | Розв’язання задачі − максимальна оцінка 20 балів:  − 20 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, розрахунки вірні, зроблено власні висновки;  − 18 балів − відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, розрахунки вірні, власні висновки відсутні;  − 16 балів − відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, розрахунки мають незначні неточності, власні висновки відсутні;  − 14 балів − відповідь повна, матеріал викладено логічно, структуровано, однак з незначними недоліками, розрахунки мають неточності, власні висновки відсутні;  − 12 балів − відповідь повна, однак виклад матеріалу нелогічний, розрахунки невірні, відсутні власні висновки;  − 10 балів − відповіді не в повній мірі (більше 50 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення, розрахунки неточні, відсутні власні висновки;  − 8 балів − відповіді не в повній мірі (до 40 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення, розрахунки неточні, відсутні власні висновки;  − 6 балів − відповіді не в повній мірі (до 30 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення, розрахунки неточні, відсутні власні висновки;  − 4 бали − відповіді не в повній мірі (до 20 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення, розрахунки неточні, відсутні власні висновки;  − 2 бали − відповіді не в повній мірі (до 10 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення, розрахунки неточні, відсутні власні висновки;  − 0 балів – відповідь відсутня або невірна. | **20** |
| Усього за підсумковий семестровий контроль | **3** |  |  | **40** |

**9. Рекомендована література**

**Основна**:

1. Вашків О. Економіка галузевих ринків : опорний конспект лекцій. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 184 с.
2. Ігнатюк А.І. Економіка галузевих ринків : навчальний посібник. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2015. 448 с.

**Додаткова**:

1. Базилевич В.Д. Природні монополії. Київ : Знання, 2006. 367 с.
2. Віскузі К.В., Вернон Д.М., Гарингтон Д.Е. Економічна теорія регулювання та антимонопольна політика. Київ : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. 1047 с.
3. Герасименко А.Г. Ринкова влада : джерела, масштаби, наслідки : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 600 с.
4. Економіка і управління в умовах глобалізаційних трансформацій : взаємозв’язок конкуренції та монополії у контексті аналізу ринкової структури та концентрації : монографія / за заг. ред. О.В. Горняк. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2013. 372 с.
5. Ігнатюк А.І. Галузеві ринки : теорія, практика, напрями регулювання : монографія. Київ: ННЦ ІАЕ, 2010. 110 с.
6. Ігнатюк А.І., Якимчук Б.Б. Бар’єри входження на ринки асиметричної олігополії. Вісник Одеського національного університету. Серія Економіка. 2017. №1(54). С. 13-16.
7. Михальчишин Н.Л. Аналіз і контроль економічної концентрації : навчальний посібник. Львів : Вид-во «Манускрипт», 2010. 352 с.
8. Филюк Г.М. Конуренція і монополія в епоху глобалізації : монографія. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. 404 с.
9. Lambertini L. Differential Games in Industrial Economics. Cambridge University Press, 2018, 258 p.
10. Tirole J. The Theory of Industrial Organization. Cambridge, MIT Press, 2019, 496 р.

**Інформаційні джерела**:

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 18.08.2021).
2. Кабінет Міністрів України. Урядовий портал. URL: http:// [www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua) (дата звернення: 18.08.2021).
3. Міністерство економічного розвитку і торгівлі. Офіційний веб-сайт. URL: <http://www.me.gov.ua> (дата звернення: 18.08.2021).
4. Міністерство освіти і науки України. Офіційний веб-сайт. URL: <http://www.mon.gov.ua> (дата звернення: 18.08.2021).
5. Науково-практичний журнал «Менеджмент сьогодні». URL: <http://grebennikon.ru/journal-6.html> (дата звернення: 18.08.2021).
6. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua/). (дата звернення: 18.08.2021).
7. Президент України. Офіційне інтернет-представництво. URL: <http://www.president.gov.ua> (дата звернення: 18.08.2021).
8. Українське право URL: [www.ukrpravo.cjm](http://www.ukrpravo.cjm) (дата звернення: 18.08.2021).
9. Науково-практичний журнал «Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку» URL: https://management-journal.org.ua/index.php/journal (дата звернення: 18.08.2021).
10. Науково-практичний журнал «Problems and Perspectives in Management» URL: https://businessperspectives.org/journals/problems-and-perspectives-in-management#ua-general-information (дата звернення: 18.08.2021).