

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Факультет економіки та управління
Кафедра міжнародної економіки

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи
О.Б. Жильцов
2025 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
КОН'ЮНКТУРА РИНКІВ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

для студентів

спеціальність

D5 Маркетинг

освітнього рівня

першого (бакалаврського)

освітньої програми

1.D5.00.01 Маркетинг та цифрові комунікації

Київ - 2025

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Код ЄДРПОУ 45307965
Програма № 0089/25
Начальник відділу моніторингу якості освіти
Григорук
(підпис) (прізвище, ініціали)
«29» серпня 20 25 р.

Розробник:

Никонюк Катерина Олегівна, викладач кафедри міжнародної економіки

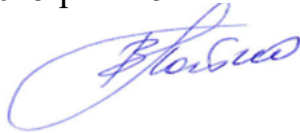
Викладач:

Никонюк Катерина Олегівна, викладач кафедри міжнародної економіки

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри міжнародної економіки

Протокол від 28.08.2025 р. №15.

Завідувач кафедри



Валерія ЛОЙКО

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми (керівником освітньої програми 1.D5.00.01 Маркетинг та цифрові комунікації 28.08.2025р.

Керівник освітньої програми



Олександр ЮРЧЕНКО

Робочу програму перевірено 28.08.2025 р.

Заступник директора/декана



Оксана КАЗАК

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання
	денна
<i>Вид дисципліни</i>	Нормативна дисципліна циклу професійної підготовки.
<i>Мова викладання, навчання та оцінювання</i>	українська
<i>Загальний обсяг кредитів / годин</i>	4/120
<i>Курс</i>	1
<i>Семестр</i>	2
<i>Кількість змістових модулів з розподілом:</i>	4
<i>Обсяг кредитів</i>	4
<i>Обсяг годин, в тому числі:</i>	120
<i>Аудиторні</i>	56 (28л/28п)
<i>Модульний контроль</i>	8
<i>Самостійна робота</i>	56

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: сформувати теоретичні знання та практичні навички щодо аналізу ринкової кон'юнктури, оцінки її динаміки, виявлення ключових тенденцій та прогнозування змін на ринках товарів та послуг, що є основою для ухвалення ефективних маркетингових рішень.

Завдання:

- набути теоретичні знання про ринкову кон'юнктуру – вивчення сутності, чинників та основних показників, що характеризують ринок;
- навчити студентів аналізу ринкового середовища – оволодіння методами збору, обробки та інтерпретації інформації про стан ринку;
- сформувати розуміння особливостей різних ринків – дослідження кон'юнктури ринків товарів і послуг, їх специфіки та тенденцій розвитку;
- опанувати методи аналізу динаміки ринку та розробки прогнозів його змін;
- засвоїти інструменти впливу на ринок, адаптації до змін та використання маркетингових стратегій для підвищення конкурентоспроможності
- навчити проводити дослідження ринкової кон'юнктури та розробляти рекомендації для бізнесу.

3. Результати навчання за дисципліною

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати:

- сутність та основні характеристики ринкової кон'юнктури;
- фактори, що впливають на динаміку ринку;
- методи збору та аналізу інформації про ринок;

- основні показники та індикатори ринкової кон'юнктури;
- особливості кон'юнктури ринків товарів та послуг;
- основи прогнозування змін ринкової ситуації;
- розробляти маркетингові стратегії та інструменти впливу на ринок.

вміти:

- аналізувати ринкову кон'юнктуру на основі кількісних та якісних показників;
- застосовувати методи збору, обробки та інтерпретації ринкових даних;
- визначати ключові тенденції розвитку ринків товарів та послуг;
- оцінювати рівень конкуренції та фактори, що впливають на попит і пропозицію;
- прогнозувати зміни ринкової кон'юнктури з використанням сучасних методів аналізу;
- розробляти маркетингові рішення з урахуванням стану ринку та його перспектив розвитку;
- застосовувати аналітичні інструменти для ухвалення стратегічних рішень у бізнесі.

Програмні компетентності:

ЗКЗ. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

Програмні результати навчання.

Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Розподіл годин між видами робіт					
	денна форма					
	Усього	у тому числі				
		л.	п.	с.	м.к.	с.р.
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи кон'юнктури ринку						
Тема 1. Поняття та сутність ринкової кон'юнктури	16	4	4	-		8
Тема 2. Макро- та мікроекономічні чинники кон'юнктури ринку	16	4	4	-		8
Разом за змістовим модулем 1	34	8	8	-	2	16
Змістовий модуль 2. Методи аналізу ринкової кон'юнктури						
Тема 3. Збір та аналіз інформації про ринок	16	4	4	-		8
Тема 4. Основні показники та індикатори ринкової кон'юнктури	16	4	4	-		8
Разом за змістовим модулем 2	34	8	8	-	2	16
Змістовий модуль 3. Особливості кон'юнктури на ринках товарів та послуг						
Тема 5. Кон'юнктура товарних ринків	16	4	4	-		8
Тема 6. Кон'юнктура ринків послуг	16	4	4	-		8
Разом за змістовим модулем 3	34	8	8	-	2	16
Змістовий модуль 4. Управління ринковою кон'юнктурою						
Тема 7. Управління ринковою кон'юнктурою	8	2	2	-		4
Тема 8. Маркетингові інструменти адаптації бізнесу до ринкової кон'юнктури	8	2	2			4
Разом за змістовим модулем 4	18	4	4	-	2	8
Усього годин	120	28	28	-	8	56

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи кон'юнктури ринку

Тема 1. Поняття та сутність ринкової кон'юнктури

Поняття світового ринку. Визначення ринкової кон'юнктури. Чинники, що впливають на ринкову кон'юнктуру. Основні показники ринкової кон'юнктури. Види кон'юнктури ринку. Методи дослідження ринкової кон'юнктури. Специфіка кон'юнктури різних ринків.

Тема 2. Макро- та мікроекономічні чинники кон'юнктури ринку

Макроекономічні фактори: ВВП, інфляція, зайнятість. Грошово-кредитна та фінансова політика. Поведінка споживачів та корпоративних клієнтів. Вплив глобальних економічних тенденцій. Кон'юнктурні цикли та їх вплив. Вплив цифрової трансформації на ринкову кон'юнктуру.

Змістовий модуль 2. Методи аналізу ринкової кон'юнктури

Тема 3. Збір та аналіз інформації про ринок

Джерела інформації про ринкову кон'юнктуру. Первинні та вторинні дані в аналізі ринку. Методи збору даних: опитування, моніторинг, big data. Аналіз конкурентного середовища. SWOT та PESTLE-аналіз для оцінки ринкової ситуації. Інструменти прогнозування ринкової кон'юнктури

Тема 4. Основні показники та індикатори ринкової кон'юнктури

Обсяг ринку та його динаміка. Попит і ціноутворення. Методи встановлення цін на ринку. Цінова політика та її вплив на кон'юнктуру. Конкурентні стратегії та їх вплив на ринок. Індекси споживчої довіри та бізнес-активності.

Змістовий модуль 3. Особливості кон'юнктури на ринках товарів та послуг

Тема 5. Кон'юнктура товарних ринків

Специфіка товарних ринків (B2B, B2C). Ціноутворення на товарних ринках. Види товарних ринків: FMCG, промислові товари, luxury. Поведінка споживачів на товарних ринках. Вплив сезонності на ринкову кон'юнктуру Роль бренду у формуванні попиту. Регулювання товарних ринків.

Тема 6. Кон'юнктура ринків послуг

Особливості ринку послуг. Чинники, що формують попит на послуги Ціноутворення у сфері послуг. Вплив цифрових технологій на сектор послуг. Маркетингові стратегії в сфері послуг. Тенденції розвитку ринку послуг.

Змістовий модуль 4. Управління ринковою кон'юнктурою

Тема 7. Механізми впливу держави на ринкову кон'юнктуру

Вплив державної політики на ринок. Антикризове управління в умовах нестабільності.

Тема 8. Маркетингові інструменти адаптації бізнесу до ринкової кон'юнктури

Маркетингові інструменти впливу на ринок. Роль бізнес-аналітики у прогнозуванні кон'юнктури. Стратегічне планування на основі прогнозів. Вплив інновацій на кон'юнктурні процеси. Практичні кейси.

6. Контроль навчальних досягнень

Система оцінювання навчальних досягнень студентів.

№ з/П	Вид діяльності студента	Макс. кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
			Кількість одиниць	Макс. кількість балів	Кількість одиниць	Макс. кількість балів	Кількість одиниць	Макс. кількість балів	Кількість одиниць	Макс. кількість балів
1	Відвідування лекцій	1	4	4	4	4	4	4	2	2
2	Відвідування практичних занять	1	4	4	4	4	4	4	2	2
3	Виконання завдань для самостійної роботи	5	4	20	4	20	4	20	2	10
4	Робота на практичних заняттях	10	4	40	4	40	4	40	2	20
4	Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом				93		93		93		59
Максимальна кількість балів:		338								
Розрахунок коефіцієнта:		338/100=3,38								
Загалом		100								

Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Кількість балів
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи кон'юнктури ринку			
1.	Тема 1. Поняття та сутність ринкової кон'юнктури	8	2*5=10
2.	Тема 2. Макро- та мікроекономічні чинники кон'юнктури ринку	8	2*5=10
Змістовий модуль 2. Методи аналізу ринкової кон'юнктури			
3.	Тема 3. Збір та аналіз інформації про ринок	8	2*5=10
4.	Тема 4. Основні показники та індикатори ринкової кон'юнктури	8	2*5=10
Змістовий модуль 3. Особливості кон'юнктури на ринках товарів та послуг			
5.	Тема 5. Кон'юнктура товарних ринків	8	2*5=10
6.	Тема 6. Кон'юнктура ринків послуг	8	2*5=10
Змістовий модуль 4. Управління ринковою кон'юнктурою			
7.	Тема 7. Управління ринковою кон'юнктурою	2	5
8.	Тема 8. Маркетингові інструменти адаптації бізнесу до ринкової кон'юнктури	2	5
Разом		56	70

Форма подання результатів: презентація на в аудиторії **або** надсилання файлу з відповіддю у ЕНК.

Критерії оцінювання:

Максимальна оцінка - 5 балів виставляється якщо завдання виконано повністю, вірно, структуровано, наведено необхідні пояснення, розрахунки (для задач) виконані вірно.

Бали знижуються, якщо у невірні або відсутні базові положення завдання (мінус 1-2-3 бали в залежності від завдання), якщо завдання не виконано - 0 балів. Термін здачі: відповідь на семінарському занятті з відповідної теми, якщо заняття проводиться в аудиторії, або термін, вказаний викладачем, якщо заняття дистанційне.

Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Поточний контроль за результатами виконання контрольних (модульних) робіт передбачає оцінювання теоретичних знань та практичних умінь і навичок, які здобувач набув після завершення вивчення навчального матеріалу змістового модуля з освітньої компоненти. Модульні контрольні роботи проводяться дистанційно (онлайн в ЕНК в середовищі Moodle). Модульний контроль проводиться у тестування.

Сума балів, накопичених здобувачем за виконання модульних контрольних робіт свідчить про ступінь оволодіння ним програмою освітньої компоненти на конкретному етапі її вивчення.

Модулі	Теми дисципліни	Форма контролю	Максимальна сума балів
I	Теми 1, 2 згідно з тематичним планом дисципліни	контрольна робота	25 балів
II	Теми 3, 4 згідно з тематичним планом дисципліни	контрольна робота	25 балів
III	Теми 5, 6 згідно з тематичним планом дисципліни	контрольна робота	25 балів
IV	Тема 7 згідно з тематичним планом дисципліни	контрольна робота	25 балів

В модульній контрольній роботі передбачено виконання 25 тестових завдань. За кожне правильно виконане завдання, в системі Moodle, проставляється 1 бал. Максимально можна набрати 25 балів за 100% надані правильні відповіді. Час, що відводиться на проходження модульної контрольної 25 хвилин.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Критерії оцінювання модульного контролю з дисципліни наступні:

20-25 балів – у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань, тестових та практичних завдань.

15-20 балів – достатньо повно володіє навчальним матеріалом, але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.

10-15 балів – в цілому володіє навчальним матеріалом та викладає його основний зміст, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.

1-10 балів – не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, фрагментарно (без аргументації та обґрунтування) його викладає, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.

0 балів – не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань.

Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль – залік. Підсумковий семестровий контроль проводиться за результатами поточного контролю та оцінюється від 0 до 100 балів, що переводиться у національну шкалу та шкалу ECTS для отримання рейтингової оцінки знань студента.

8. Рекомендовані джерела

Методичне забезпечення

Викладання навчальної дисципліни забезпечується сучасними технічними засобами навчання, які побудовані на новітніх інформаційно-комунікаційних технологіях (мультимедійний комп'ютер, мультимедійний проектор, інтерактивний комплекс SMART Board, авторські засоби мультимедіа).

На заняттях і під час самостійної роботи студентів використовуються методичні рекомендації щодо вивчення дисципліни, ілюстративні комп'ютерні дидактичні матеріали, які розроблені на кафедрі, а саме:

- електронний навчальний курс,
- презентації,
- навчальні посібники,
- робоча навчальна програма,
- збірка тестових і контрольних завдань для тематичного (модульного) оцінювання навчальних досягнень студентів,
- засоби підсумкового контролю (комп'ютерна програма тестування, комплект друкованих завдань для підсумкового контролю).

Основна (базова)

1. Кон'юнктура ринків : навч. посібник / автори Іванова Л. О., Музика О. М. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2011. – 447 с.
2. Аналіз ринкової кон'юнктури: навчальний посібник / Андрейченко А.В., Горбаченко С.А., Грінченко Р.В., Карпов В.А., Кучеренко В.Р.– Одеса: ОНЕУ, 2014.– 345 с.
3. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник / Л. В.Оболенцева; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 249 с.
4. Кон'юнктура світових товарних ринків: навч. посіб. для студентів ВНЗ / І.І. Набок, Нац. авіай. університет. – Київ: НАУ, 2018. – 176 с
5. Кон'юнктура світових товарних ринків: Навчальний посібник/М.Ю. Рубцова – Київ: «ВАДЕКС», 2017. – 360 с.
6. Світовий ринок товарів та послуг : навч.-метод. посібник / Л.Л. Носач [та ін.]. – Харків : «Видавництво «Форт», 2014. – 295 с.
7. Структурні зміни у світовій торгівлі як чинник розвитку внутрішнього ринку України : колективна монографія / за ред. д-ра екон. наук, чл.-кор. НААН України Т.О.Осташко ; НАН України, ДУ "Ін-т екон. та прогнозув. НАН України". – Електрон. дані. – К., 2019. – 350 с.
8. Бабух, І. Б. Кон'юнктурні дослідження в системі маркетингового аналізу / І. Б. Бабух, М. М. Єремія // Науковий вісник Ужгородського національного університету : серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство / редкол.: М. М. Король (голов. ред.), М. М. Палінчак, Я. П. Дроздовський та ін. – Ужгород : Видавничий дім "Гельветика", – 2021. – Вип. 38. – С. 5–9. – Бібліогр.: с. 8 (13 назв); рез. укр., англ.

URL http://www.visnykeconom.uzhnu.uz.ua/archive/38_2021ua/3.pdf

9. Фірми, ринкові структури та стратегії у світовій економіці. навч. посіб. / Г. М. Пилипенко; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка». – Дніпро : НТУ «ДП», 2023. –104 с.

https://etop.nmu.org.ua/ua/books/Навч.%20посіб.%20_фірми.pdf

10.Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с.

<https://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/8280/1/13.pdf>

11. Антикризове управління підприємством : навчальний посібник. /І.В. Кривов'язнюк; 3-тєвидання, доповн. і переробл. Київ : Видавничий дім “Кондор”, 2020. 396 с.

<https://core.ac.uk/download/367407137.pdf>

Додаткова література

1. Македон В. В., Ільченко Н. О. Кон'юнктура світового ринку іт-послуг в умовах економіки 4.0. Ефективна економіка. 2021. № 1. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8525> (дата звернення: 04.03.2025). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.1.8

2.Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку [Текст]: навч. посіб. / В. А. Карпов, В. Р. Кучеренко; 2-ге., вид., випр. і доповн. – К.: Знання, 2003. – 284 с.

3. Світовий ринок товарів та послуг: у 2 ч. Ч.1 : підручник / А. А. Мазаракі, Є.М. Воронова, В.В. Юхименко, І.В. Чаус . – Харків : Ранок, 2008 . – 239 с.

4. Світовий ринок товарів та послуг. Частина 2 : підручник / А.А. Мазаракі, Є.М. Воронова, В.В. Юхименко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Х. : Ранок, 2008. – 240 с.

5. Світовий ринок послуг [Текст] : навч. посіб. / Р. О. Заблоцька ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут міжнародних відносин, Інститут міжнародних відносин. - К. : ІМВ, 2002. - 268 с.

Додаткові ресурси

(за наявності)

ЕНК «Кон'юнктура ринків товарів і послуг» для навчання в середовищі Moodle:

<https://elearning.kubg.edu.ua/course/view.php?id=28589>

1.Аналітичні та статистичні матеріали СОТ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.wto.org>.

2.Аналітичні та статистичні матеріали МВФ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.imf.org.

3. Аналітичні та статистичні матеріали ОЕСР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.oecd.org.

4.Аналітичні та статистичні матеріали ООН [Електронний ресурс]. – Режим

доступу: www.un.org.

5. Аналітичні та статистичні матеріали ЮНКТАД [Електронний ресурс]. – Режим доступу: unctad.org.

6. Аналітичні та статистичні матеріали ФАО [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.fao.org.

7. Аналітичні та статистичні матеріали міністерства сільського господарства США [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.fas.usda.gov.

8. Аналітичні та статистичні матеріали Міжнародного енергетичного агентства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.iea.org.

9. Аналітичні матеріали Біопаливного порталу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.wood-pellets.com.

10. Forest Products Annual Market Review [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://timber.unece.org>.

11. Огляд цін українського та світового товарних ринків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pricereview.com.ua>.

12. Аналітичні та статистичні матеріали Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unwto.org>.

13. EU Single Market for Services. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ec.europa.eu/growth/single-market/services_en

14. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua>

15. Міжнародна торговельна палата [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://iccwbo.org>