

**Білоцерківський національний аграрний університет**  
**Економічний факультет**  
**Кафедра фінансів, банківської справи та страхування**

	<p><b>СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</b>  <b>«ТЕОРІЯ ГАЛУЗЕВИХ І ТОВАРНИХ РИНКІВ»</b></p> <p>Галузь знань – D Бізнес, адміністрування та право          Спеціальність – D5 Маркетинг          Освітня програма – Маркетинг</p>
<b>Рівень вищої освіти</b>	перший (бакалаврський)
<b>Компонент освітньої програми</b>	вибірковий
<b>Кількість кредитів ECTS / загальна кількість годин</b>	4 кредити /120 годин
<b>Семестр</b>	3
<b>Форма контролю</b>	залік
<b>Мова викладання</b>	українська
<p><b>Профайл викладача</b></p> 	<p><b>Зубченко Вікторія Володимирівна</b>  <b>Посада:</b> доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування  <b>Науковий ступінь:</b> кандидат економічних наук  <b>Робоче місце:</b> навчальний корпус № 3 (пл. Соборна, 8/1), 130 ауд. (кафедра фінансів, банківської справи та страхування).  <b>E-mail:</b> <a href="mailto:vikazubchenko@ukr.net">vikazubchenko@ukr.net</a>  <b>Зв'язок з викладачем:</b> відповідно до графіку консультацій; +380982543669</p>
<b>Опис дисципліни</b>	<p>Дисципліна передбачає надання здобувачам теоретичних і прикладних знань та формування навичок аналізу галузевих і товарних ринків, їх структури, поведінки та результативності. Студенти ознайомлюються із моделями ринкової та галузевої структури, методами оцінки конкуренції і ринкової влади, державного та антимонопольного регулювання, а також із застосуванням економічних і маркетингових інструментів для аналізу попиту, позиціонування товарів і прийняття управлінських рішень. Особлива увага приділятиметься аналізу конкурентної поведінки фірм на галузевих і товарних ринках, застосуванню маркетингових інструментів у формуванні та реалізації ринкових стратегій, оцінюванню попиту та споживчих переваг, а також впливу державного регулювання на ринкові процеси.</p>
<b>Передумови для вивчення дисципліни</b>	<p>Вибіркова навчальна дисципліна «Теорія галузевих і товарних ринків» базується на знаннях таких дисциплін як: «Економічна теорія» та «Історія економіки та економічної думки».</p>

<b>Мета вивчення дисципліни</b>	<p>Метою вивчення дисципліни «Теорія галузевих і товарних ринків» є формування у здобувачів економічного світогляду та економічного мислення на основі поглибленого вивчення базових концепцій, основних шкіл і методів дослідження галузевих і товарних ринків, їх структури; набуття навичок аналізу закономірностей та особливостей функціонування галузевих і товарних ринків, їх результативності та сталого розвитку, особливостей галузевої політики держави та поведінки фірм на ринках.</p>
<b>Формат дисципліни</b>	<p><i>Для денної форми</i> навчання дисципліна викладається у традиційному форматі (лекційні, практичні заняття) із застосуванням мультимедійних засобів. За необхідності (індивідуальні графіки, дистанційне навчання) можуть використовуватись платформи Moodle, ZOOM. Формат викладання дисципліни є змішаним: поєднання традиційних форм навчання з елементами дистанційного навчання.</p> <p><i>Для заочної форми</i> навчання дисципліна викладається у форматі поєднання самостійної роботи студента та сесійних занять. Основний обсяг матеріалу студенти опрацьовують самостійно за наданими методичними рекомендаціями, підручниками та електронними ресурсами. Під час навчальних сесій проводяться установчі лекції, практичні та консультаційні заняття, де розглядаються ключові теми курсу та виконуються завдання прикладного характеру. Для підтримки навчального процесу активно застосовуються електронні освітні платформи (Moodle, ZOOM тощо), що забезпечує можливість дистанційних консультацій, перевірки індивідуальних завдань.</p>
<b>Компетентності відповідно до Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (D5 Маркетинг)</b>	<p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.  ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.  ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.  СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.  СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.  СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.  СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.  СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p>
<b>Очікувані результати навчання</b>	<p>Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.  Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p>

	<p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p>
<b>Структура курсу</b>	<p><i>Змістовий модуль 1. Теоретичні та організаційні основи функціонування галузевих і товарних ринків</i></p> <p>Тема 1.1. Теоретичні засади функціонування галузевих і товарних ринків</p> <p>Тема 1.2. Формування та становлення теорії галузевих і товарних ринків</p> <p>Тема 1.3. Галузеві бар'єри та їх значення для ринку</p> <p>Тема 1.4. Процеси концентрації на галузевих і товарних ринках</p> <p><i>Змістовий модуль 2. Поведінка фірм на галузевих і товарних ринках</i></p> <p>Тема 2.1. Стратегічна поведінка фірм на галузевих і товарних ринках</p> <p>Тема 2.2. Інноваційні чинники розвитку галузевих і товарних ринків</p> <p>Тема 2.3. Цінові стратегії на галузевих і товарних ринках</p> <p>Тема 2.4. Державне регулювання галузевих і товарних ринків</p>
<b>Методи навчання</b>	<p>Під час викладання курсу застосовуються презентації, робота в малих групах, мозкові атаки, метод проектної роботи, виконання колективних та індивідуальних завдань з розглядом сучасних ринкових суб'єктів, підготовки есе та презентацій із додержанням вимог академічної доброчесності.</p>
<b>Політика</b>	<p><b>Політика щодо академічної доброчесності:</b> очікується, що письмові роботи здобувачів будуть оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача (списування, відсутність посилань на використані джерела, фабрикація, фальсифікація, обман) є підставою для її незарахування викладачем.</p> <p><b>Політика щодо відвідування занять:</b> очікується, що здобувачі відвідають усі лекції та практичні заняття курсу. Здобувачі мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Відпрацювання пропущених занять згідно графіку консультацій викладача. За об'єктивних причин навчання може відбуватись в он-лайн режимі.</p> <p><b>Політика щодо дедлайнів і перескладання:</b> здобувачі мають дотримуватись термінів виконання усіх видів робіт.</p> <p><b>Політика щодо виконання завдань:</b> позитивно оцінюється відповідальність, старанність, креативність.</p> <p><b>Політика оцінювання:</b> засоби та критерії оцінювання прописані в робочій програмі дисципліни, розміщеної на платформі Moodle Білоцерківського НАУ.</p>
<b>Рекомендовані джерела інформації</b>	<p><b>Основна література</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Михальчишин Н.Л. Теорія галузевих ринків: навч. посібник Львів: Вид-во «Компанія «Манускрипт»», 2022. 232 с.</li> <li>2. Пилипенко Г.М. Фірми, ринкові структури та стратегії у світовій економіці. навч. посіб.: М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка». Дніпро : НТУ «ДП», 2023. 104 с.</li> <li>3. Маркетинг: навч. посібник – 2-ге вид., переробл. і допов. / кер. кол. авторів і наук. ред. проф. О.М. Варченко. Біла Церква, ТОВ</li> </ol>

«Білоцерківдрук», 2025. – 832 с.

4. Carlton D. W. The 2023 Merger Guidelines: A Critical Assessment / D. W. Carlton // Rev. Ind. Organ. – 2024. – Vol. 65. – P. 129–145. – DOI: 10.1007/s11151-024-09962-0.

#### **Додаткова література**

1. Драган О.О., Зубченко В.В. Особливості функціонування аграрних холдингових компаній в Україні. Інвестиції: практика та досвід. № 5. 2023. С. 44–50

2. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. № 2210-III. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/>

3. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.1996 р. № 236/96-ВР (зі змін. і допов.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80/>

4. Закон України «Про Антимонопольний комітет України» від 26.11.1993 р. № 3659-XII (зі змін. і допов.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3659-12/>

5. Закон України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» від 01.07.2014 р. № 1555-VII (зі змін. і допов.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1555-18/>

#### **Інформаційні ресурси**

1. Навчально-інформаційний портал БНАУ Moodle. URL: <https://teach.btsau.net.ua/>

2. Наукова бібліотека БНАУ. URL: <https://library.btsau.edu.ua/>

3. Інституційний репозитарій БНАУ: URL: <https://rep.btsau.edu.ua/>